FINANZAS PERSONALES
¿Sabes cómo elaborar un presupuesto familiar?

SEGURIDAD DE PRODUCTOS
Desconecta los riesgos de los aparatos electrodomésticos

TENDENCIAS DE CONSUMO
La mujer en la publicidad, un objeto de consumo

Revista del Consumidor

revistadelconsumidor.gob.mx
@r_consumidor

Atún

Bueno, bonito y enlatado

El Laboratorio Profeco reporta

Publicidad engañosa
Cosméticos maquillados

Estudio de CALIDAD
Papel higiénico:
¿Cuál es el más suave, resistente y económico?

Radiografía
Consumo 2.0 México en internet

Para cuidar y limpiar tu piel:

Tecnología Doméstica Profeco
Loción desmaquillante

Marzo de 2012 Núm. 421 $25
7 509997 078342 00421
Exhibir hasta el 31 de marzo
ISSN 0185-8874

En sintonía con el consumo inteligente

REVISTA DEL CONSUMIDOR RADIO EN ABC

Todos los martes de 20:30 a 21:00, por el 760 AM de tu radio, tienes una cita con Fernanda Tapia y sus especialistas invitados. Conoce, de manera ágil y amena, los secretos del consumo inteligente y las estrategias para tener una economía familiar sana.

abc
Radio 760 AM
¡Comunicación con sentido!

Foto megilles

Vivir Mejor

revistadelconsumidor.gob.mx

Profeco

Gobierno Federal

SE

Estados Unidos Mexicanos

Menú a la lata, por **Boligán**

Revista del Consumidor

Sumario

06 **ÉSTA ES TU VOZ**
Quejas, felicitaciones, sugerencias y experiencias de los lectores.

08 **INFOGRAFÍA**
Las dependencias que velan por tus derechos.

10 **QUÉ HACER SI...**
Deseas devolver un producto que no cumple con lo prometido.

11 **CONSUMO CULTURAL**
México a escena, ¿cómo andamos en teatro?

12 **CONSUMO EN EL MUNDO**
¿Cachetadas para embellecer? ¿Perro en el menú? ¿Quelites? Dime qué consumes y te diré de dónde eres.

14 **CONSUMO EN LOS ESTADOS**
Yucatán nos regala una ruta turística para el "fin del mundo".

18 **SABER CONSUMIR**
Test: ¿Derrochador o consumidor responsable de agua?

20 **FINANZAS PERSONALES**
Encuentra tu equilibrio: conoce las bondades de un presupuesto familiar.

24 **SALUD**
Cuídate de la alergia estacional.

26 **TIPS DEL CHEF**
Frutos del mar nutritivos, frescos y saludables.

28 **SEGURIDAD DE PRODUCTOS**
Desenchufa el peligro. Conoce los posibles riesgos detrás de un electrodoméstico.

30 **TECNOLOGÍA DOMÉSTICA**
Loción desmaquillante con ingredientes que encuentras en cualquier herboristería.

32 **PUBLICIDAD ENGAÑOSA**
Sombra aquí, sombra allá. A veces los cosméticos maquillan sus imperfecciones y peligros.

64 **RADIOGRAFÍA**
¿Has oído hablar del Consumo 2.0? Ponemos bajo la lupa el consumo en internet –y de internet– en México.

70 **TENDENCIAS DE CONSUMO**
La mujer en la publicidad.

76 **PROFECO CERCA DE TI**
En **Profeco** estamos para ayudarte. Conoce los servicios que ofrecemos y nuestras delegaciones en el país.

78 **PEQUEÑOS CONSUMIDORES**
¡No más enredos! Aprende a navegar en internet de forma segura.

80 **EL TURNO DE**
Joaquín Cosío, gran actor y "sibarita región 4".

36

↘ EL LABORATORIO PROFECO REPORTA:

ATÚN ENLATADO

¿Has oído maravillas del atún enlatado? Pues son ciertas. Descubre qué marcas te ofrecen la más alta calidad y cuáles no están a la altura de tus expectativas.

48

↘ ESTUDIO DE CALIDAD:

PAPEL HIGIÉNICO

Triple o cuádruple hoja. Adicionados con aloe, vitaminas, o grabados. Tamaño normal o jumbo. Sin tanto rollo, encuentra el papel higiénico que mejor se ajusta a tu bolsillo y exigencias familiares.

CONAMED 15

15 años de solucionar controversias en salud

De corazón... cuenta con la CONAMED

La CONAMED es una institución especializada, donde gratuitamente, a través de la orientación, la conciliación y el arbitraje les ayudamos a encontrar la solución justa.

5420 7000 **Lada sin costo 01 800 711 0658**

Vivir Mejor

http://www.conamed.gob.mx
orientacion@conamed.gob.mx

ALIANZA POR UN MÉXICO SANO

GOBIERNO FEDERAL

SALUD

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Profeco SE

Procurador Federal del Consumidor
Bernardo Altamirano Rodríguez

Coordinador General de Educación y Divulgación
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara

Director General de Difusión
Roberto Bello Salcedo

Revista del Consumidor

Directora Editorial
Mónica Adriana Ledón Ruiz

Jefe de información
Ismael Flores Ruvalcaba

Investigación y redacción
Thalía Castillo Gill
Nayarai Sánchez

Corrección de estilo
Marco Menéndez

Directora de Arte y Diseño
Silvia Peraza de Prado

Editor gráfico
Javier Caballero Sandoval

Diseño
Roberto Paz Amaya
Alejandro Sánchez Velasco

Colaboradores
Boligán
Alan Lazalde

Ilustración
Bachan
Mónica Miranda
Obi
Bruno Piña

Fotografía
Rodolfo Valtierra
José Rodríguez

Consejo Editorial
Aída Albuerne Piña
Roberto Bello Salcedo
Noreli Domínguez Acosta
Rubén Durán Miranda
Gastón Fernández Arnaiz
Carlos Martínez Velázquez
Laura Alicia Méndez Rodríguez
Juan Alejandro Navarrete Ortega
Aarón Jiménez Paz
Tania Rodríguez Ortiz
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara
Noemí Valerio Barrón
Alejandro Celis Albarrán

Publicidad
Tania Santa Cruz
publicidadrevista@profeco.gob.mx

La primavera del consumidor

Para varias civilizaciones del mundo antiguo, el equinoccio de primavera marcaba el inicio de un nuevo ciclo. Marzo suponía una suerte de renovación, tanto en lo mundano, como en lo espiritual. A pesar de los trajines de la actualidad, parece imposible sustraernos de este anhelo que se respira en el aire. Por ejemplo, la interpretación de una supuesta profecía maya ha nutrido la curiosidad de extranjeros y nacionales, renovando el interés en una de las culturas más importantes y refinadas de nuestra nación.

Para continuar alimentando ese interés, hemos dedicado la sección Consumo en los Estados a Yucatán, poniendo énfasis en los rincones turísticos de la fascinante Ruta del Mundo Maya 2012.

Además de marcar el inicio de la primavera, marzo alberga fechas importantes como el Día Mundial de la Mujer, o el del Consumidor, celebrado en todo el mundo desde 1983 cada día 15 de este mes. Ambas celebraciones son significativas para la **Revista del Consumidor**, pues uno de los sectores más acechados por la publicidad son precisamente las mujeres. Aprovechando la efeméride, en Tendencias de Consumo hacemos un repaso del papel que la mujer ha jugado en la mercadotecnia; al tiempo que en Publicidad Engañosa revisamos cómo muchos productos cosméticos maquillan sus "imperfecciones" o incluso los riesgos que representan para quienes los usan.

Alertarte sobre peligros y deficiencias en productos forma parte de nuestra misión. Por eso, en Seguridad de Productos te señalamos en qué debes fijarte para que los electrodomésticos que adquieres sean seguros. Con la misma intención de fomentar el consumo crítico, los estudios de calidad de este mes los dedicamos a dos insumos que, sin importar la temporada, viajan en tu carrito de súper: atún y papel higiénico. Comprometidos con la misión de proporcionarte información ágil, entendible y verdadera, hemos resaltado las deficiencias encontradas en ellos para que ejerzas tu derecho de rechazar a aquellos proveedores que no cumplen lo que ofrecen.

Y seguimos con sorpresas. En esta edición estrenamos la sección Consumo 2.0. con un análisis del estado que guarda la creciente tendencia mundial del consumo en línea. En posteriores entregas comprobarás nuestro afán de adaptarnos al ritmo del consumidor del siglo XXI. Te invitamos a que nos sigas en nuestra nueva cuenta de Twitter: @r_consumidor, que se suma a los demás medios de **Profeco** para estrechar el contacto contigo y recibir tus dudas y comentarios. Sólo renovándonos podemos permanecer fieles a nuestra razón de ser: fomentar una cultura ciudadana de consumo crítico.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 7, col. Condesa, CP 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, DF. Teléfono: 5625 6930. Fax: 5553 0574, e-mail: rconsumidor@profeco.gob.mx

La **Revista del Consumidor**, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553 0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de **Profeco**: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.** Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que **Profeco** lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de Licitud de Título núm. 1127 y Certificado de Licitud de Contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en Talleres Gráficos de México, Av. Canal del Norte 80, col. Felipe Pescador, del. Cuauhtémoc, México, DF, CP 06280. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México A.C., Calle Guerrero #50, col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editor responsable: Pablo García Camarero. Tiraje: 40,000 ejemplares.

Índice temático **Revista del Consumidor 2008-2012**

¿Buscas un no-brake confiable? ¿Te interesa conocer los beneficios del omega 3? ¿Quieres saber cuál es la mejor bebida hidratante para tu rutina de ejercicios? Encuentra aquí todos los estudios de calidad y artículos informativos que han aparecido en la **Revista del Consumidor** desde 2008.

A

Aceite de oliva (est.), abr 08, 374, p. 56
Aceites vegetales (est.), oct 10, 404, p. 36
Agua, crisis del (art.), feb 10, 396, p. 56
Aguinaldo (art.), dic 09, 394, p. 46
Alaciadores para el cabello (est.), ene 09, 383, p. 34
Antibacteriales (est.), mar 10, 397, p. 60
Audífonos de botón (est.), sep 10, 403, p. 52
Automedicación (peligros) (art.), nov 10, 405, p. 62

B

Básculas (est.), mar 09, 385, p. 56
Bases para iPod o MP3 (est.), ene 09, 383, p. 84
Baumanómetros (est.), sep 09, 391, p. 54
Bebidas congeladas (est.), jul 08, 377, p. 58
Bebidas de soya (est.), sep 09, 391, p. 36
Bebidas energéticas (est.), mar 11, 409, p. 26
Bebidas hidratantes (est.), oct 11, 416, p. 56
Biodiversidad y consumo (art.), jul 10, 401, p. 34

C

Cafeteras (est.), abr 08, 374, p. 44
Cajas de ahorro (art.), nov 09, 393, p. 64
Calentadores ambientales (est.), dic 08, 382, p. 64
Calentadores de agua (est.), nov 11, 417, p. 48
Caldos (est.), jun 08, 376, p. 52
Calzones entrenadores (est.), may 09, 387, p. 76
Camisas de vestir (est.), may 08, 375, p. 54
Campamentos de verano (art.), jul 11, 413, p. 56
Casa de Moneda (art.), feb 08, 372, p. 26
Casas ecológicas (art.), ene 09, 383, p. 66
Cátsup (est.), ene 11, 407, p. 30
Centros de lavado (est.), nov 10, 405, p. 44
Cereales para niños (est.), abr 11, 410, p.30
Cerveza (est.), sep 11, 415, p. 36
Champú cabello teñido (est.), feb 10, 396, p. 48
Clubes deportivos (art.), feb 08, 372, p. 72
Colchones (est.), jul 09, 389, p. 44
Comprar casa, guía (art.), feb 10, 396, p. 64
Computadoras I, laptops (est.), ago 09, 390, p. 38
Computadoras II (est.), ago 10, 402, p. 42
Computadoras III (est.), ago 11, 414, p. 34
Condones (est.), feb 11, 408, p. 28
Consomés (est.), jun 08, 376, p. 52
Consumo de luz (art.), sep 11, 415, p. 68
Cosméticos (art.), may 08, 375, p. 36
Crédito comercial (art.), abr 10, 398, p. 60
Créditos financieros (art.), feb 09, 384, p. 38
Cremas comestibles (est.), dic 11, 418, p. 52
Cremas de verduras (est.), jun 09, 388, p. 38
Croquetas para cachorros (est.), nov 11, 417, p. 35
Cuesta de enero (art.), ene 10, 395, p. 38
Cuidadores de enfermos (art.), oct 09, 392, p. 70

D

Déficit de atención (trastorno) (art.), jun 09, 388, p. 62
Desastres naturales (art.), ene 10, 395, p. 66
Desatornilladores eléctr. (est.), sep 08, 379, p. 66
Detergentes líquidos (est.), sep 08, 379, p. 40
Discos duros externos (est.), may 11, 411, p. 48

E

Enjuagues bucales (est.), feb 09, 384, p. 44
Ensaladas envasadas (est.), mar 08, 373, p. 56
Escuelas de manejo (art.), dic 08, 382, p. 34
Estufas (est.), jul 11, 413, p. 42
Etiquetas nutrimentales (est.), oct 09, 392, p. 36

F

Fajas (est.), may 09, 387, p. 38
Fechas de caducidad (art.), jul 11, 413, p. 64
Finanzas en pareja (art.), feb 10, 396, p. 40
Finanzas familiares (art.), ene 09, 383, p. 28
Finanzas para el joven adulto (art.), may 10, 399, p. 48
Floristerías (art.), feb 11, 408, p. 56
Frutas en conserva (est.), dic 08, 382, p. 40
Fumigaciones (art.), sep 09, 391, p. 68
Futbol, crítica del (art.), jun 10, 400, p. 64

G

Gimnasios (art.), feb 08, 372, p. 72
Golosinas congeladas (est.), jul 08, 377, p. 58

H

Hamburguesas (est.), dic 10, 406, p. 30
Hormonas (en pollos) (art.), mar 10, 397, p. 54
Hornos de microondas (est.), abr 11, 410, p. 50
Huertos caseros (art.), sep 09, 391, p. 44

I

Impresoras fotográficas (est.), nov 09, 393, p. 54
Internet móvil de banda ancha (art.), dic 11, 418, p. 64
Inversión, planes de (art.), jul 09, 389, p. 38

J

Juguetes para bebé (est.), oct 09, 392, p. 48

L

Lácteos, productos (art.), feb 12, 420, p. 60
Lámparas ahorradoras de energía (est.), ene 12, 419, p. 54
Lápices labiales (est.), may 10, 399, p. 34
Latas de mejillones, ostiones y sardinas (est.), abr 09, 386, p. 44
Lechitas saborizadas (est.), nov 10, 405, p. 26
Licuadoras (est.), ene 10, 395, p. 56
Light, productos (est.), ene 12, 419, p. 34

M

Mantenimiento de autos (art.), jul 10, 401, p. 56
Margarinas (est.), may 11, 411, p. 28
Mezcal (art.), sep 08, 379, p. 50
Miel de abeja (est.), jun 11, 412, p. 30
Mochilas (est.), jul 10, 401, p. 34
Multifuncionales (est.), abr 09, 386, p. 64

N

No-breaks (est.), feb 11, 408, p. 44
Nuggets (est.), mar 09, 385, p. 50

O

Ollas de presión (est.), jun 11, 412, p. 44
Omega 3, alimentos con (est.), dic 09, 394, p. 38

P

Pañales para bebé (est.), sep 11, 415, p. 52
Papas fritas (est.), ago 08, 378, p. 56
Papel higiénico (est.), feb 08, 372, p. 62
Papillas para bebé (est.), abr 10, 398, p. 42
Parrillas eléctricas (est.), nov 08, 381, p. 46
Partos programados (art.), may 10, 399, p. 64
Pegamentos (est.), jul 10, 401, p. 50
Películas DVD y Blu-ray (art.), may 11, 411, p. 60
Periqueras (est.), abr 10, 398, p. 52
Pescado, consumo de (art.), abr 09, 386, p. 38
Pilas AA (est.), oct 11, 416, p. 66
Pinturas vinílicas (est.), oct 10, 404, p. 56
Piratería computacional (art.), mar 10, 397, p. 72
Pizzas (est.), feb 12, 420, p. 38
Podología (art.), nov 09, 394, p. 70
Publicidad encubierta (art.), may 10, 399, p. 44
Publicidad engañosa (art.), oct 11, 416, p. 34
Puré de tomate (est.), ene 11, 407, p. 44

Q

Queso panela (est.), jul 11, 413, p. 28

R

Reciclaje, centros de (art.), ene 11, 407, p. 60
Redes sociales, el nuevo poder de los consumidores (art.), nov 11, 417, p. 66
Refrigeradores (est.), feb 12, 420, p. 48
Regaderas ecológicas (est.), mar 11, 409, p. 44
Regreso a clases, guía de (art.), ago 11, 414, p. 60
Reproductores MP3 (est.), oct 08, 380, p. 64
Ropa deportiva (est.), feb 10, 396, p. 64

S

Sábanas (est.), oct 08, 380, p. 44
Sal en alimentos (est.), jun 10, 400, p. 42
Salchichas para hot dog (est.) sep 10, 403, p. 46
Seguros, cultura de los (art.), jun 09, 388, p. 44
Seguros de autos (art.), oct 10, 404, p. 50
Seguros educativos (art.), sep 08, 379, p. 30
Servicios inmobiliarios, guía (art.), oct 11, 416, p. 38
Suavizantes de telas (est.), ago 09, 390, p. 38

T

Tabletas (est.), ago 11, 414, p. 34
Taladros eléctricos (est.), sep 08, 379, p. 66
Tarjetas tel. de prepago (art.), dic 09, 394, p. 70
Tarot, charlatanes del (art.), dic 10, 406, p. 62
Teatro en casa, sistemas de (est.), jun 09, 388, p. 52
Telefonía celular, tarifas (art.), mar 10, 397, p. 40
Televisión de paga (art.), sep 10, 403, p. 46
Televisores LCD y LED (est.), dic 11, 418, p. 34
Termómetros (est.), mar 10, 397, p. 64
Tiempos compartidos (art.), jun 09, 388, p. 70
Tiendas departamentales, historia de (art.), jul 10, 401, p. 68
Tintes para cabello (est.), nov 08, 381, p. 34
Toallas (est.), feb 09, 384, p. 72
Tortilla (art.), ene 12, 419, p. 66
Transporte de pasajeros (art.), ago 09, 390, p. 70

U

Útiles escolares (art.), ago 11, 414, p. 60

V

Vainilla (art.), nov 10, 405, p. 56
Ventiladores (est.), jun 08, 376, p. 40
Videocámaras (est.), dic 10, 406, p. 46
Videojuegos (art.), abr 08, 374, p. 34
Vitaminas (art.), feb 10, 396, p. 34

(art.) = artículo
(est.) = estudio de calidad
abr 08 = mes de publicación
397, p. 15 = número de edición y página

Revisa el contenido de nuestros números anteriores en revistadelconsumidor.gob.mx o en el Centro de Documentación (Cedoc) ubicado en Av. José Vasconcelos número 208, planta baja, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, en México D.F.

Ésta es tu voz

Experiencias de consumo, sugerencias, opiniones, dudas y hasta felicitaciones. En la **Revista del Consumidor** nos interesa escuchar tu voz.
Escríbenos a **rconsumidor@profeco.gob.mx** o a Av. José Vasconcelos 208, séptimo piso, colonia Condesa, CP 06140, México DF. Encuéntranos en Twitter como **@r_consumidor** y visita nuestro perfil **Consumidor Inteligente** en Facebook. ¡Hazte escuchar!

Año nuevo, precios nuevos

Buen día. Soy un lector asiduo de su revista desde hace dos años, pero es la primera vez que escribo porque quedé sorprendido con todo lo que sucedió a principios de año.

Primera situación. Mi madre fue a la peluquería el 31 de diciembre. Después de haberle hecho el secado, le dijeron que el precio sería de casi el doble de lo que había pagado la semana anterior. Al preguntar si habían aumentado sus precios, le dijeron que no; que el costo extra se debía únicamente a que era día festivo.

Segunda situación. Al día siguiente, el 1 de enero, fuimos a comer al restaurante de un hotel muy reconocido para celebrar su cumpleaños. En su sitio de internet, el precio del buffet es de 220 pesos por persona, pero al llegar había un letrero donde anunciaba que su costo era de 210 pesos. Qué sorpresa nos llevamos cuando al momento de pagar, revisamos la nota y caímos en cuenta de que en realidad nos estaban cobrando 275 pesos por persona. ¿La razón? Dijeron que era 1 de enero.

Ambas situaciones me parecen injustas y muy poco claras respecto a la información que se le da al consumidor, pues en ningún caso se avisó con anticipación del precio "especial".

¿Hay alguna forma de regular estos cambios o simplemente se queda en una "queja sorda" al proveedor del servicio, amén del mal momento que atravesamos?

Gracias por el espacio para plantear estas dudas. Sigan así, ¡son una excelente revista! Saludos desde Monterrey.

Juan Javier Rodríguez Games

Todos lo hemos vivido. Las festividades suelen ser un buen pretexto para subir los precios. ¿Existe alguna ley que regule estos cambios que se dan de la noche a la mañana? Para bien, o para mal, no. Salvo en casos aislados –como el gas LP o la gasolina–, los proveedores son libres de tasar los productos según sus criterios, muchas veces obedeciendo a las leyes de la oferta y la demanda.

Ahora, esta libertad viene con responsabilidades. Como, por ejemplo, exhibir los precios en un lugar visible, notificar los cambios súbitos en el costo, o respetar la tarifa que está anunciada al momento de cobrar. En las dos experiencias que nos relatas, los proveedores actuaron de manera abusiva. A tu mamá debieron notificarle por algún medio que el precio había aumentado –fuera por la razón que fuere–, mientras que en el restaurante debieron cobrarles el costo que aparecía anunciado en el exterior.

Exhibir los precios correctos en lugares visibles nos permite, como consumidores, elegir al proveedor que más nos convenga, pues así como ellos son libres de fijar precios, nosotros somos libres para elegir dónde haremos nuestras compras.

Gracias por tus felicitaciones y, aunque ya sea un poquito tarde, déjanos enviarte un abrazo de Año Nuevo.

En el pedir está el pagar

Quiero compartirles lo que me parece es una práctica deshonesta de MVS Multivisión: un vecino con el que ya no tengo contacto proporcionó mi número telefónico como referencia al solicitar su servicio de televisión por cable.

Como él no ha pagado, es a mí a quien llaman todas las mañanas de manera muy grosera, queriéndome convertir en su cobrador. ¿Esta táctica de cobro es legal? A todas luces me parece un acto de coerción. Qué pésima imagen dan, ¿no creen?

Alex Aguirre

Cobrar no es un trabajo fácil. Sin embargo, no es pretexto para darle un mal trato al deudor. Las empresas dedicadas a la cobranza, agremiadas en la Asociación

de Profesionales en Cobranza y Servicios Jurídicos (Apcob) mantienen un código de respeto. Por ejemplo: "No llamarás al deudor en horarios inadecuados, no utilizarás palabras altisonantes y no amenazarás con meterlo a la cárcel", entre otros. Lamentablemente, estos principios éticos suelen ser violados.

Por ello, **Profeco** firmó un convenio de colaboración con la Apcob, donde se establece que nosotros podremos recibir las quejas de los consumidores que denuncien malos tratos de los cobradores y enviarlas directamente a la Asociación, que se compromete a atenderlas y, dado el caso, sancionarlas en un plazo no mayor a tres meses. Los despachos de cobranza no son competencia directa de **Profeco**, pues no son proveedores de servicios. Sin embargo, se ha detectado un número significativo de reclamaciones de muchos consumidores provocadas por empresas de cobranza que no realizan bien su trabajo. Por ello, **Profeco** adopta un papel de vínculo y asesoría para que los deudores que enfrentan un problema de crédito, puedan hacerlo por los mecanismos legales que les aseguren un trato digno.

Así que si esa persona que llama a cobrarte no entiende ni de ética ni de lógica, llama al Teléfono del Consumidor: 5568 8722 desde el DF y área metropolitana y 01 800 468 8722 larga distancia sin costo en el resto del país.

Banquete en la banqueta

Hola. Quisiera asesoría para conciliar el incumplimiento de contrato con una banquetera en mi evento de graduación. ¡Gracias!

Cristina Salamanca

Cuando un proveedor de bienes o servicios no cumple con lo acordado, estás en todo tu derecho de presentar una queja ante **Profeco** para dar inicio formal a un procedimiento de conciliación. En este caso, si la banquetera –un proveedor de servicios– "te dejó en la banqueta", comunícate con nosotros al Teléfono del Consumidor para interponer una queja formal. Llama al 5568 8722 desde el Distrito Federal y área metropolitana, o bien al 01 800 468 8722 desde el interior del país. ¡Un abrazo y felicidades por tu graduación!

@Zirzo

El día de hoy fui a comprar leche deslactosada a Chedraui Calzada, en Acapulco. Su precio fue de 26 pesos. Lo corroboré con la cajera. ¿Ése es su precio?

@Profeco

Contrario a lo que muchos piensan, entre las atribuciones de **Profeco** no se cuenta la fijación de precios. Nuestra labor, en ese sentido, se circunscribe a verificar que los proveedores informen oportunamente y respeten el precio de los bienes o servicios que ofrecen al precio que libremente tasaron. Sin embargo, nuestro trabajo no termina ahí. Al ser los consumidores nuestra razón de ser, dirigimos esfuerzos para darle algunos "nortes" a la ciudadanía. En nuestro sitio de internet profeco.gob.mx encontrarás dos herramientas sumamente útiles. A saber: Quién es Quién en los Precios y la Brújula de Compra, las cuales te ayudarán a saber dónde y cómo consumir de manera inteligente.

@r_consumidor

Muchos de nuestros followers nos han preguntado dónde pueden conseguir números anteriores de la Revista del Consumidor, ya sea para revisar los estudios de calidad que elabora el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, nuestras tradicionales Tecnologías Domésticas o las deliciosas recetas del Platillo Sabio Profeco. La respuesta está a un clic de distancia: en **revistadelconsumidor.gob.mx**

puedes encontrar todos nuestros números a partir del año 2000. Si el número al que andas siguiéndole la pista es anterior, te invitamos a visitar nuestro Centro de Documentación (Cedoc), ubicado en Avenida José Vasconcelos 208, planta baja, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, en México, DF.

Atención Las cartas que envíes a la **Revista del Consumidor** implican tu consentimiento para que sean editadas y publicadas. Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI). Muy importante: no olvides incluir tu nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto contigo.

Esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La **Revista del Consumidor** no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria con el objetivo de que, a través de las instituciones correspondientes, se resuelvan los conflictos que enfrenten con prestadores de servicios.

¡Oh! Y ahora, ¿Quién podrá... orientarme?

POR SU NOMBRE

Conapred	Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación
Cofetel	Comisión Federal de Telecomunicaciones
Condusef	Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros
Profeco	Procuraduría Federal del Consumidor
Conamed	Comisión Nacional de Arbitraje Médico
Cofepris	Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios
IFAI	Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos

CUÁNDO ACUDIR

"El que a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija". Te presentamos siete dependencias que atendien problemáticas específicas que, en el día a día, suelen dar pie a malas prácticas.

Conapred conapred.gob.mx

Típico. En la entrada del antro hay un gorilón que decide quién entra y quién no. ¿Cuál es su criterio de elección? Obvio, el color de la piel.

¿Te ha pasado? Si eres o has sido víctima de discriminación, Conapred se encarga de hacer valer tus derechos. Puedes poner una queja si se trata de personas físicas o morales; una reclamación si se trata de algún servidor público en funciones.

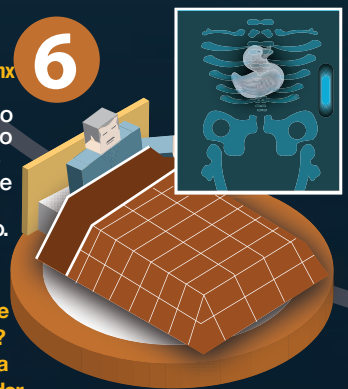
IFAI ifai.org.mx

¡Otra llamada de los de telemercadeo! ¿De dónde habrán sacado el número telefónico de la casa? ¿Cómo saben cuántos vivimos? ¿O de cuánto es nuestro salario?... ¿Contratarán adivinos?

O ladrones... ¡Que no te sorprendan! Tus datos personales son propiedad tuya y de nadie más. Si una empresa le vende a alguien más tu información, denúnciala ante el IFAI. La institución está encargada de proteger la información privada y garantizar el flujo de la información pública.

Denuncia vía telefónica en: 01 800 TELIFAI (835 4324) o por correo electrónico a: atencion@ifai.org.mx

Conamed conamed.gob.mx



Tras la operación, el abuelo comenzó a hacer un ruidito al respirar. Como un ligero chillido. El cirujano dijo que era a causa de la edad. El dice que hay "pato" encerrado.

¿Sospechas que tu médico cometió una negligencia o que quizá no estaba capacitado? Conamed te asesora y ayuda a conciliar con cualquier prestador de servicios de salud. En caso de no llegar a un acuerdo satisfactorio, Conamed ofrece el servicio de arbitraje médico.

Cofepris cofepris.gob.mx

Para una boda de ensueño, un banquete de... ¿pesadilla? De la iglesia al salón de eventos, y de ahí todos al hospital. ¿Será que les habrá caído mal la comida?

¡Qué va! Se trata de un riesgo sanitario que puedes denunciar ante Cofepris, el organismo encargado de prevenir cualquier contingencia que pueda afectar la salud de la población o al medio ambiente.

En 2010, las causas de discriminación con mayor incidencia en expedientes de queja fueron:

- Preferencias sexuales (148 expedientes)
- Discapacidad (79 expedientes)
- Apariencia física (65 expedientes)

Cofetel micofetel.gob.mx

Convenciste a tus padres para que, en vez de contratar el plan de 2 megas, firmaran para el de 8 mbps. Sin embargo, parece que estás conectado a 56 kbps... como si fuera 1998.

Las telecomunicaciones son el campo de acción de Cofetel. En conjunto con Profeco, velan por la calidad en el servicio.

¿Cómo denuncio una falla?

A través del sitio Verificador Ciudadano puedes reportar fallas en el servicio, problemas de cobro o de portabilidad, entre otros. Entra a micofetel.gob.mx para encontrarlo. En el Teléfono del Consumidor se puede reportar al proveedor del servicio deficiente.

En diciembre de 2011, Cofetel recibió a nivel nacional:

- 1,819 quejas por servicios de telefonía celular
- 994 por servicio de televisión de paga
- 826 quejas por fallas en el servicio de internet
- 273 por irregularidades en telefonía fija

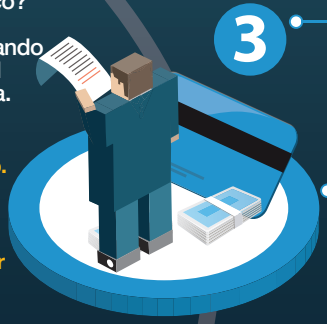
¿Qué servicios de telecomunicación puedo denunciar?

- Telefonía local o fija
- Telefonía de larga distancia
- Telefonía móvil
- Radiocomunicación
- Televisión de paga
- Internet

Condusef condusef.gob.mx

¿Una semana de vacaciones en Acapulco? Tú no viajaste, pero el banco te las está cobrando como si hubiera sido el mejor verano de tu vida. Y ahora, ¿quién podrá ayudarte?

Condusef, por supuesto. En su centro de atención telefónica pueden orientarte y asesorarte para resolver cualquier inconveniente con alguna institución financiera.



¿Qué instituciones financieras?

- Bancos
- Aseguradoras
- Afianzadoras
- Sociedades de inversión
- Uniones de créditos
- Entre otras

Si necesitas información, asesoría o deseas iniciar un proceso de queja, marca al CAT:
5340 0999
01 800 999 8080 del interior del país

Además de atender denuncias sanitarias, Cofepris mantiene una estricta farmacovigilancia.

El radio de acción de Cofepris abarca los productos y servicios alimentarios, insumos para la salud, servicios de salud, salud ambiental, cosméticos y sustancias tóxicas.

Si deseas poner una denuncia sanitaria, marca al 01 800 033 5050 tanto del DF como del interior de la República.

Profeco profeco.gob.mx

Apenas la colocaron, se descompuso. Valiéndose de la garantía, la mandaron al taller. Cuando la regresaron, volvió a descomponerse... pero dicen que ahora la garantía ya no es válida.

Cuando tienes alguna diferencia con un proveedor de bienes o servicios, puedes levantar una queja ante Profeco para iniciar un proceso de "conciliación". Es decir, para que cada parte exponga su versión y lleguen a un acuerdo de quién tiene la razón según lo dicho en la ley. También, si conoces a un proveedor con prácticas abusivas, puedes denunciarlo, sin necesidad de dar tus datos personales.

En 2010, el Teléfono del Consumidor celebró su 30 aniversario.

Para levantar una denuncia y recibir asesoría sobre como poner una queja, llama al Teléfono del Consumidor:
55 68 87 22 en el DF y área metropolitana
01 800 468 8722 en el resto del país

También puedes conciliar a través de internet gracias al servicio Concilianet. Conócelo a fondo en: concilianet.profeco.gob.mx

Infografía Alejandro Rodríguez, Obi

Deseas devolver un producto porque no cumple con lo prometido

Todos, alguna vez, hemos devuelto un producto. Una "reposición", según la Ley Federal de Protección al Consumidor. Sin embargo, quizá te hayas topado con proveedores que se niegan a reponer el artículo o a devolver el importe pagado. ¿Sabes qué hacer si esto sucede?

Antes que todo: no perder los estribos. Contrario a lo que muchos piensan, este tipo de situaciones está previsto en la ley. De acuerdo al Artículo 92 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), tenemos derecho a exigir la reposición del producto o la devolución de nuestro dinero:

Artículo 92
de la LFPC (Fragmento)

I. Cuando el contenido neto de un producto o la cantidad entregada sea menor a la indicada en el envase, recipiente, empaque o cuando se utilicen instrumentos de medición que no cumplan con las disposiciones aplicables, considerados los límites de tolerancia permitidos por la normatividad;

II. Si el bien no corresponde a la calidad, marca, o especificaciones y demás elementos sustanciales bajo los cuales se haya ofrecido o no cumple con las normas oficiales mexicanas;

III. Si el bien reparado no queda en estado adecuado para su uso o destino, dentro del plazo de garantía, y

IV. En los demás casos previstos por esta ley.

En pocas palabras: cuando nos dan "gato por liebre". Si el producto que adquirimos está incompleto, roto, en mal estado o no coincide con las especificaciones que debe tener de acuerdo a su publicidad o empaque, tenemos derecho a que nos sea repuesto el objeto (lo que comúnmente entendemos como devolución) o que se nos devuelva íntegro el dinero que pagamos por él.

Tal y como lo marca el Artículo 93 de la misma LFPC, podemos presentar nuestro reclamo tanto al vendedor como al fabricante o al importador en un tiempo no mayor a dos meses después de haber recibido el artículo. En caso de ser legítima nuestra petición, el proveedor del producto tendrá hasta 15 días para satisfacerla.

Te preguntarás: "¿cómo que si nuestra petición es legítima?". Por lo general, tendemos a confundir la "garantía de satisfacción" que nos ofrecen algunos establecimientos comerciales con nuestro derecho a recibir los productos con las especificaciones exactas que pactamos en la compra.

Si el producto no tiene algún daño de fábrica y cumple con todas las características que anuncia, no existe obligación legal para que el proveedor devuelva su importe o reponga el artículo por otro. Según el Artículo 93, tampoco podremos exigir la reposición del producto o la devolución de nuestro dinero si:

- El reclamo es extemporáneo: si se realiza dos meses después de haber recibido el artículo.
- Si el producto fue utilizado en condiciones distintas a las recomendadas o se le dio un uso distinto para el que originalmente fue creado.
- Cuando le hemos provocado un daño esencial, grave o irreparable.

Si no hemos incurrido en alguna de estas acciones y el artículo presenta alguna disparidad con aquello que prometieron entregarnos, podemos pedir que sea repuesto o nuestro dinero devuelto. Los demás casos de devolución (una talla por otra o, incluso, un artículo por otro distinto) son políticas internas que cada empresa tiene libertad de ofrecer o no. En este sentido, los proveedores son libres de ofrecerte o condicionarte el cambio si "no te gustó", pues es un beneficio que ellos te ofrecen. Es recomendable que, antes de adquirir cualquier producto, preguntes abiertamente por sus políticas internas de devolución.

Conciliane t

Si un proveedor de bienes o servicios no cumple con lo acordado en la compra o contratación, presenta una queja ante **Profeco** para iniciar un proceso de conciliación y hacer valer tus derechos. Puedes hacerlo en alguna de nuestras delegaciones o a través de nuestro portal en internet. Cerca de 40 proveedores ya están conciliando en línea, ahorrándote tiempo y dinero. Tan sólo en el 2011 se recibieron mil 503 quejas por este medio, de las cuales logró conciliarse el 96%. Entérate de qué empresas son y conoce más a detalle este servicio en:
concilianet.profeco.gob.mx

Si tienes alguna duda al respecto de devoluciones, infórmate en el Teléfono del Consumidor: 5568 8722 (DF), 01 800 468 8722

El teatro en México

Primera... segunda... tercera llamada... ¡comenzamos!

El 27 de marzo es el Día Mundial del Teatro y, por ese motivo, revisamos cómo está México en cuanto al consumo de artes escénicas.

Según datos del Sistema de Información Cultural del Conaculta, los mexicanos vemos poco teatro: 31.3% ha ido alguna vez y, de él, menos del 2% asiste con cierta regularidad.

México cuenta con 592 teatros, de los cuales 131 se encuentran en el Distrito Federal, seguidos por Nuevo León con 32, Veracruz con 26 y Jalisco con 23.

El DF a escena

Las grandes producciones y compañías, tanto públicas como privadas, están en la capital, así como muchos grupos independientes. La cartelera es amplia: se presentan alrededor de 400 obras de temporada, además de aquellas que forman parte de festivales.

Hay excelentes producciones, con sus muy lamentables excepciones, por supuesto, tanto de las compañías privadas como de las instituciones. La diferencia radica en el precio y en el público al que se dirige.

Se ofrecen descuentos y precios especiales a estudiantes y maestros, y los jueves las obras del INBA y la UNAM están a 30 pesos. De igual manera, existen presentaciones gratuitas en la UNAM y otras que ofrece el gobierno local y Conaculta.

El drama de provincia

En el interior de la República se presentan mil 200 obras al año en total. Los estados más teatreros son Yucatán, Puebla, Veracruz, Baja California, Querétaro, Jalisco y Nuevo León, aunque no necesariamente sean los de mayor infraestructura.

De este modo, las quejas generalizadas en el interior del país son la falta de espacios y el escaso público.

Pese a ello, este arte se ha mantenido vivo, sobre todo en ciertas regiones donde no sólo se consume, sino que se produce teatro.

Sobre la calidad, existe mucho amateurismo, pero también gran originalidad y creatividad. Los grupos subsisten con dificultad, además de que hay estados donde no existe tradición porque la gente no está acostumbrada a pagar por estos espectáculos; las obras que se presentan las contrata el gobierno y son de entrada libre.

¿Sabes cómo comportarte en el teatro?

Llega temprano para ocupar tu asiento sin interrumpir.

Usa ropa casual, no es necesario vestirte especialmente para la ocasión, eso déjaselo al elenco.

No lleves sombreros ni peinados muy altos que obstruyan la vista de los demás.

Regla de oro del siglo XXI: apaga tu celular. Hay actores que detienen su actuación para regañar a quien los interrumpe.

Guarda silencio. Deja los comentarios para la salida.

No comas ni bebas durante la función.

No aplaudas a la entrada y salida de los actores, espera hasta el final.

A menos de que se trate de una obra infantil, no lleves niños si sabes que van a estar inquietos durante la función.

Entrevistas:
Patricia Chavero y Luis Alcocer, investigadores del Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información Teatral.
Carlos C. Ávalos Franco, de la Secretaría de Desarrollo Institucional de Conaculta.

Fuentes:
Adriana Serrano, blog Malaletra: malaletra.com/2010/11/12/teatro-en-los-estados-anuario-2009/
Anuario de teatro en los estados: www.teatromexicano.com.mx

QUELITES EN PELIGRO DE DISCRIMINACIÓN

Aunque estas verduras fueron un alimento privilegiado en la dieta de nuestros antepasados, actualmente están en peligro de desaparecer debido a su escaso consumo.

De acuerdo con la profesora e investigadora Edelmira Linares, del Instituto de Biología de la UNAM, en México existen alrededor de 300 especies de quelites. Las más conocidas son los tradicionales romeritos, seguidos por el quelite cenizo (que al crecer da origen al huauzontle), la verdolaga, los malacates, los chivitos y el berro.

La académica asegura que, entre las razones por las que ya casi no se aprovecha el quelite, se cuenta el prejuicio de que es una "comida para pobres".

"Incluso en pueblos pequeños las personas dicen que no los ingieren, aunque sí los preparan. Yo digo que pobre del que no come quelites, porque se pierde de un alimento importante". La especialista agregó que un taco de estas verduras aporta vitaminas, minerales e, incluso, proteínas. **Fuente:** *La Jornada*

TACONES A MERCED DE LA BOLSA

Un estudio realizado por la firma IBM, en Estados Unidos, demostró que existe una estrecha relación entre el alto de los tacones y la situación económica general: "Entre 2008 y 2009, la altura de los tacones rondaba entre los 12 y los 20 centímetros, pero en 2011 predominó el calzado con tacones bajos o planos, por su menor costo y mayor usabilidad". Por su parte, los expertos en moda consideran que en tiempo de crisis las mujeres tienen días más ajetreados: llevan a los niños a la escuela, trabajan, usan el transporte público... En cambio, cuando la economía es favorable, hacen trayectos más cortos y hasta pueden delegar funciones, lo que favorece el uso de los tacones altos.

Fuente: Yahoo Noticias

PIDEN POLLO EN VEZ DE CARNE

Los cortes de carne argentina son famosos alrededor del mundo. Sin embargo, los argentinos han optado por consumir más pollo en vez de res. De acuerdo con la Cámara de la Industria y el Comercio de Carnes de este país, durante el 2011 los argentinos consumieron 8 kilos menos de carne per cápita. Esto se debe a que los precios crecen más rápido que la inflación y hay menos producción de ganado. Por otro lado, la demanda de pollo sigue en aumento; tan sólo el año pasado cada argentino consumió en promedio 37 kilos anuales, 17 kilos más que el año inmediato anterior.

Fuente: Fortunaweb

TOP 10 EMPRESAS "VERDES"

La revista *Newsweek* publicó una lista con las 500 empresas más amigables con el planeta. Las productoras de bienes de consumo que destacaron por tener un bajo impacto ambiental, huella ecológica reducida y manejo de residuos fueron:

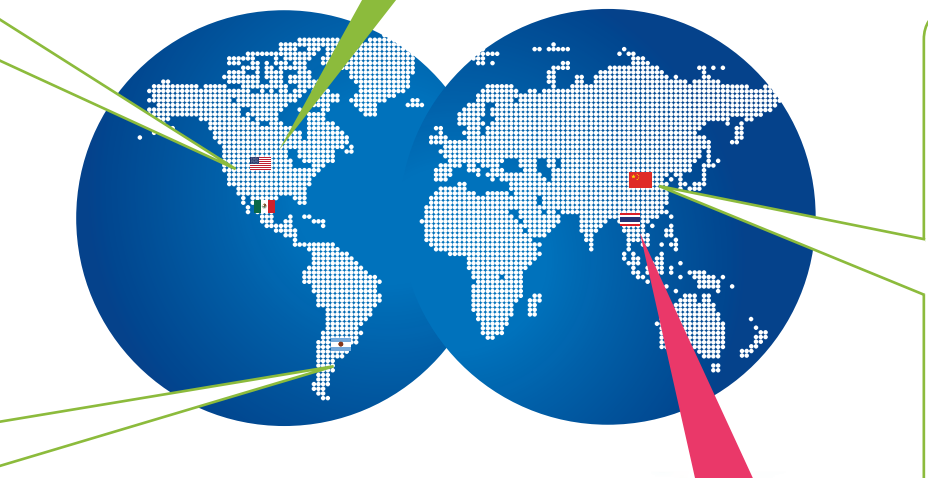
1	2	3	4	5
LG	SONY	Panasonic	L'ORÉAL PARIS	Henkel
LG **República de Corea** Puntuación: 69.9	**Sony** **Japón** Puntuación: 69.1	**Panasonic** **Japón** Puntuación: 67.8	**L'Oréal** **Francia** Puntuación: 66.5	**Henkel** **Alemania** Puntuación: 61.7

UNIDOS CONTRA LA #SOPA

Si de protestar se trata, no sólo existen las calles, también está internet. El pasado 18 de enero más de 75 mil sitios web y cientos de usuarios se manifestaron en contra de la iniciativa de ley estadunidense Stop Online Piracy Act (SOPA), que promueve sancionar la piratería en línea de películas, videos, música y otros contenidos protegidos por el derecho intelectual. Entre los participantes estuvieron Google, Wordpress, Facebook, Twitter y Wikipedia pues, aunque respetan el valor del derecho de autor, consideran que esta ley censurará la libertad de expresión. Sin duda, esta manifestación virtual será recordada como una de las primeras y más grandes de la historia de internet. **Fuente:** sopastrike.com

"Ser consumidor, por definición, nos incluye a todos. Somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas... Pero es el único grupo importante cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados"

Discurso de John F. Kennedy que dio origen a la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, celebrado cada 15 de marzo desde 1983.



LOS SALVAN DE CONVERTIRSE EN EL PLATO PRINCIPAL

Gracias a la intervención de un cibernauta, más de mil 100 perros lograron "salvar el pellejo", literalmente. Hacinados en reducidas jaulas, los cientos de animales eran transportados ilegalmente desde la provincia de Chonguing, al suroeste de China, hacia un matadero ubicado en la región de Guandong; lugar reconocido internacionalmente por sus platillos tradicionales, elaborados a partir de la carne del llamado "mejor amigo del hombre". De no haber sido rescatados por activistas, simpatizantes y autoridades convocadas por un blogger, el trayecto de más de 22 horas sin alimentos, agua ni espacio para moverse los habría aniquilado. Actualmente, cerca de cien de los perros sobrevivientes a esta cruel mudanza han encontrado un nuevo hogar; sin embargo, aún falta buscar asilo a los más de mil canes que lentamente se siguen recuperando.

Fuente: *China Daily*

LA BELLEZA DUELE

Si quieres moldear rápidamente tu figura, pero le temes al bisturí, quizá te interese visitar la clínica Tobnom, en Bangkok, Tailandia. Este peculiar centro de bellza asiático ofrece moldear y vigorizar la piel flácida o mal distribuida mediante manotazos. La directora de este centro, Khemmikka Na Songkhla, asegura que con esta técnica antigua se puede aumentar hasta dos tallas el volumen de los pechos y favorecer la redondez de los glúteos. Ahora que si quieres disminuir las líneas de expresión en el rostro, el costo por una sesión de bofetadas varía entre los 6 mil y 20 mil pesos.

Fuente: BBC

6 **Kimberly-Clark**
Estados Unidos
Puntuación: 59.6

7 **Procter & Gamble**
Estados Unidos
Puntuación: 59

8 **Avon Products**
Estados Unidos
Puntuación: 58.1

9 **Reckitt Benckiser**
Reino Unido
Puntuación: 52.2

10 **Colgate-Palmolive**
Estados Unidos
Puntuación: 44.7

Yucatán

Una ruta ancestral

Majestuosos sitios arqueológicos, grutas misteriosas, cenotes y playas naturales son algunos atractivos que ofrece la Ruta del Mundo Maya 2012. Inicia tu recorrido por la llamada "Tierra de Maravillas Universales".

2241 cenotes fueron contabilizados en el último censo
Fuente: Seduma

Encuentra tu delegación Profeco en Yucatán
Calle 49 #479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, CP 97000, Mérida. Tel. 928 5966

Los antiguos mayas celebraban el Año Nuevo en marzo, justo en el equinoccio de primavera. Y he aquí un dato curioso: su calendario, para este 2012, marca el fin de un periodo. Hay quienes lo han interpretado como una señal inequívoca del fin del mundo; otros como el inicio de un nuevo ciclo solar. Mientras son peras, manzanas o el apocalipsis, ¿por qué no darnos una oportunidad para conocer esta cultura prehispánica a través de la Ruta del Mundo Maya 2012?

Organizada por la Secretaría de Turismo, tiene como objetivo promover la actividad turística en sitios donde floreció este imperio. A saber, los estados mexicanos de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán; así como algunos países de Centroamérica: Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador.

Yucatán es considerado como una de las "puertas grandes" para adentrarse en el enigmático mundo maya y gozar de las maravillas que ofrece. No en balde le llaman la "Tierra de Maravillas Universales".

Recibe al nuevo Sol

En la legendaria ciudad maya de Chichen Itzá, durante el equinoccio de primavera (21 de marzo), puedes ser testigo del descenso de la serpiente emplumada por una de las escalinatas de la imponente pirámide de Kukulkán gracias a un complicado juego de luces y sombras naturales. Este sitio arqueológico, además de ser considerado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, también es una de las Nuevas Siete Maravillas del Mundo desde 2007.

Los mayas de ayer y hoy

Para conocer los orígenes e historia de Yucatán, déjate conquistar por la Ruta de los Conventos, que abarca siete municipios en los que podrás disfrutar no sólo de un viaje al pasado a través de los sitios arqueológicos y la arquitectura de sus catedrales, también de la naturaleza al visitar los cenotes propios de la región: Acanceh, Tecoh, Tekit, Mani, Mama, Chumayel y Teabo. Por si fuera poco, durante este recorrido podrás conocer de cerca a los mayas modernos en sus mercados y plazas.

Tres culturas, tres historias

Reconocida como uno de los Pueblos Mágicos de México, Izamal ha sido también bautizada como "La Ciudad de las Tres Culturas", pues conjuga rasgos prehispánicos, coloniales y de la época actual. Fue fundada a mediados del siglo XVI sobre los vestigios de una antigua ciudad maya. Este poblado se distingue por su arquitectura de color amarillo y blanco; por los objetos que se comercializan en la plaza principal, elaborados por los yucatecos con los recursos que la naturaleza les obsequia; y también por la gastronomía que ofrecen su mercado y restaurantes, que incluyen platillos típicos como chaya con huevo, papadzules, panuchos, pipián de venado, cocoyol en almíbar, por mencionar algunos. Está situada a una hora de la capital del estado, Mérida.

Tierras misteriosas

Uxmal, Kabah, Sayil, X-Lapak, Labná y las Grutas de Loltún son los sitios arqueológicos que forman parte de la Ruta Puuc ("de los montículos"), cercana al puerto turístico de Cancún. Alrededor de las cinco ciudades antiguas se despliega un paisaje natural con árboles, hierbas y una densa vegetación que hacen ameno el recorrido por las pirámides.

Al llegar a las Grutas de Loltún, "utilizadas por los antiguos mayas para proveerse de arcilla", te dará la bienvenida un bajorrelieve con rasgos olmecas conocido como "El guerrero de Loltún". Podrás adentrarte hasta un kilómetro, admirando las formaciones pétreas que se ven iluminadas por los rayos del Sol que pasan a través de las cavidades naturales. Para tomar esta ruta se recomienda iniciar en Uxmal, a unos 30 kilómetros de Mérida.

Trova yucateca

Déjate llevar por la música

Una mezcla de ritmos cubanos como la clave, el bolero y la habanera, además del bambuco colombiano, da vida a la trova yucateca, considerada patrimonio cultural de este estado. ¿Dónde puedes escucharla?

Museo de la Canción Yucateca

Ubicado en el barrio de La Mejorada, en Mérida, este recinto ofrece semanalmente conciertos de trovadores y pone a tu disposición toda una historia a través de objetos pertenecientes a los principales músicos trovadores de Yucatán: instrumentos musicales (guitarras, fonógrafos y violines, etcétera); partituras y letras de canciones; documentos, fotografías, testimonios, medallas y trofeos, por nombrar algunos. Entre los trovadores yucatecos más destacados se encuentran Cirilo Baqueiro Preve "Chan-Cil", Guty Cárdenas, Pastor Cervera Rosado y el inconfundible Armando Manzanero.

Por siempre mágico

A dos horas de Cancún, en el estado vecino de Quintana Roo, Valladolid es una de las ciudades coloniales más bellas de Yucatán y la segunda más importante de este magnificente estado, después de la capital, Mérida.

Entre sus majestuosos templos que atrapan la mirada de los turistas se encuentran: la Catedral de San Gervasio, construida en el siglo XVI, y el Palacio Municipal. A sus alrededores cuenta con reservas naturales y 25 sitios arqueológicos, entre ellos: Kumal, Xkuxil, Xkakuil, Dzoyolá y Xkax.

Aquí también podrás deleitar tu paladar con deliciosos platillos típicos de la afamada gastronomía yucateca, como salbutes, pipián de venado, papadzules, cochinita pibil, joroches, pimes y tamales, además de bebidas tradicionales como xtabentún, balché, bebida de anís y atole con coco.

Verificación de gasolineras

Y en Yucatán, ¿Quién es Quién en las gasolineras? Estas son las estaciones de servicio que, hasta el 19 de enero de 2012, no presentaron ninguna irregularidad durante la última visita de verificación que se les realizó. Ubícalas, quizá está la que más frecuentas.

Municipio	Número de estación de servicio	Ubicación
ACANCEH	10860	CALLE 34 #66
AKIL	10034	CARRETERA MUNA - FELIPE CARRILLO PUERTO Km 41.60 MARGEN IZQUIERDO
DZILAM DE BRAVO	3093	CALLE 10 #91
DZILAM GONZÁLEZ	9737	21 X 36 Y 38 #130
IZAMAL	4785	CALLE 31 #393
KANASIN	6444	CALLE 27 POR 22 Y 22-A S/N
MÉRIDA	532	AV. ALEMAN #300
MÉRIDA	533	CALLE 39 #463
MÉRIDA	547	CALLE 59 #519
MÉRIDA	549	CALLE 60 #338 J
MÉRIDA	552	CALLE 27 #86 X 18 Y 20
MÉRIDA	554	CALLES 64 #519 POR 65
MÉRIDA	555	CALLE 86-B #589 LETRA A
MÉRIDA	2470	CALLES 59 Y 84 #621
MÉRIDA	2907	CALLE 81-A #837
MÉRIDA	3275	CALLE 32 #196
MÉRIDA	3441	CALLE 59-A #306
MÉRIDA	3782	CALLE 33 #500
MÉRIDA	4195	CALLE 6 #439
MÉRIDA	4374	CALLE 50 #138
MÉRIDA	4646	Km 37 DEL ANILLO PERIFÉRICO MANUEL BERZUNZA #13950
MÉRIDA	4692	CALLE 8-A #382
MÉRIDA	5075	CALLE 33 #180 X 65
MÉRIDA	5295	CARRETERA MÉRIDA-MOTUL MARGEN SURESTE Km 0.7
MÉRIDA	5585	CALLE 21 #441
MÉRIDA	5881	CALLE 21 X 18 #276
MÉRIDA	5884	CALLE 86-B #544-A MZ-11 SECCIÓN-019
MÉRIDA	5889	CALLE 51 DIAGONAL #336 Y CALLE 10-B #351-B
MÉRIDA	6327	CALLE 7 #512 Y 514
MÉRIDA	6449	PROL. AV. YUCATÁN CON PERIFÉRICO SUR #180
MÉRIDA	6482	CALLE 37 #352
MÉRIDA	6781	35 DIAGONAL #359 Y 361
MÉRIDA	6792	40 X 19 #143
MÉRIDA	7271	CALLE 11 #349
MÉRIDA	7423	CALLE 31 FRACCIÓN 2 #211
MÉRIDA	7785	ANILLO PERIFÉRICO ORIENTE #19459

Municipio	Número de estación de servicio	Ubicación
MÉRIDA	7800	CALLE 37 #398
MÉRIDA	7827	CALLE 65-A #996
MÉRIDA	7902	CALLE 42 #299
MÉRIDA	7910	CALLE 42 #301
MÉRIDA	8018	CALLE 15 #724
MÉRIDA	8019	CALLE 59-A #529-B
MÉRIDA	8143	81-A #600
MÉRIDA	8343	4 POR 63-C Y 63B
MÉRIDA	8551	ANILLO PERIFÉRICO MANUEL BERZUNZA
MÉRIDA	8645	CALLE 5-D #306 Y #321
MÉRIDA	8681	59 POR 12 ESQUINA #799
MÉRIDA	8710	50 X 131 Y 50-A #871, #873 Y #402
MÉRIDA	8831	TABLAJE CATASTRAL # 19140
MÉRIDA	9144	CALLE 17 #397 Y #399
MÉRIDA	9171	TABLAJE 19032 ANILLO PERIFÉRICO S/N
MÉRIDA	9317	CALLE 23 #650
MÉRIDA	9355	CALLE 12 #315 Y #317
MÉRIDA	9588	CALLE 50 #318, ESQUINA CALLE 19
MÉRIDA	9712	50 X 143 #1018
MÉRIDA	9717	39 #435
MÉRIDA	9866	CALLE 7 #482, ESQUINA CALLE 36
MÉRIDA	9974	CALLE 60 MANZANA 134 SECCIÓN CATASTRAL 14
MÉRIDA	10239	CALLE 135 X 54 Y 56 MZA.230 S.CAT.20 #446-A Y #446-B
MÉRIDA	10403	CALLE 161 X 46C Y 48 #921
MÉRIDA	10495	PERIFÉRICO NORTE TABLAJES 16743 Y 16744
MÉRIDA	10690	CALLE 21 X 38 Y 40 #226 B
MÉRIDA	10827	CALLE 1 #218 T
PROGRESO	2811	CALLE 18 #510 DE LA MANZANA 3
PROGRESO	3940	CALLE 78 #302
PROGRESO	4083	CALLE 33 #603 MANZANA 16
PROGRESO	6130	CALLE 29 LOTES 600 Y 602 ESQ. CALLE 20 MZ-15 SECCIÓN-1
PROGRESO	10565	CARRETERA MÉRIDA-TIZIMIN Km 26.44 MARGEN DERECHO
TICUL	563	CALLE 23 #273
TIXKOKOB	567	CALLE 21 #41
VALLADOLID	5478	Km 152.8 DE LA ISLA SERV. AUT. KANTUNIL-CANCÚN

¿Tu gasolinera siempre ha dado litros de a litro?

Consulta el historial de verificaciones de tu estación de servicio de costumbre en **profeco.gob.mx**

¿SABES QUÉ ES UNA ACCIÓN COLECTIVA?

¿Te han vendido algún bien con defectos de fabricación, una vivienda con fallas estructurales? ¿Se han negado a hacerte efectiva la garantía? ¿Compraste un boleto de avión y te suspendieron el servicio de viaje? ¿Es deficiente el servicio de telefonía e internet o de TV por cable que recibes?

Si contestaste que sí a alguna pregunta, tenemos buenas noticias: la ley ya permite que te reúnas con un grupo de consumidores, afectados al igual que tú, para comparecer ante los tribunales federales en defensa de sus intereses comunes y contra los abusos de las empresas.

Esto, entre otras cosas, significa que un mayor número de consumidores pueda acceder a la justicia con un solo juicio y, por lo tanto, a muy bajo costo, obteniendo sentencias con efectos generales que beneficien al grupo afectado por un mismo hecho.

UNA BUENA NOTICIA PARA TI, CONSUMIDOR

Si bien la Ley Federal de Protección al Consumidor ya habilitaba a **Profeco** para promover acciones para la defensa de intereses comunes de un grupo de consumidores, el 29 de febrero de este año entró en vigor un decreto que reformó varias disposiciones legales, extendiendo esta facultad a otras instituciones, organizaciones civiles, asociaciones civiles sin fines de lucro y a ciudadanos en general.

Estas reformas, además, proporcionan certeza jurídica al crear reglas claras respecto al procedimiento legal para tramitar una acción colectiva.

Lo anterior va en sintonía con la intención de **Profeco** de avanzar hacia una cultura proconsumidor, generando una sociedad más activa, participativa y exigente ante la protección de sus derechos.

Acércate a **Profeco** para más información sobre esta herramienta legal para defender tus derechos.

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- **Saber en qué AFORE se encuentra tu Cuenta Individual**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).
- Saber qué hacer en caso de que no llegue tu estado de cuenta
- Tipos de Retiros Parciales
- Quejas ante CONDUSEF
- Localización de la Cuenta ISSSTE (A través de un asesor por medio de la CURP)
- Transferencia a PENSIONISSSTE

Teléfono :
01 800 50-00 747

Horario de Atención
Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:00 a 22:00 hrs.
Sábados y Domingos de 9:00 a 18:00 hrs.
Servicio automático de localización de tu Cuenta Individual
las 24 hrs. del día, los 365 días del año.

TEST

¿Consumo agua o la desperdicio?

Por todas partes escuchamos lo importante que es cuidar el agua. Sin embargo, hay quienes todavía piensan que son exageraciones, propias de quienes se "ahogan en un vaso de agua". Otros "navegan entre dos aguas", indecisos entre el ahorro y el derroche. Finalmente, unos más se esfuerzan por tener un consumo racional, pues la problemática les parece "más clara que el agua". Tú, ¿de qué lado nadas? Resuelve este test para averiguarlo.

1 ¿Cuánto tiempo tardas en la regadera?
- a) 5 minutos, para ahorrar agua.
- b) 10 minutos, en lo que te enjabonas y disfrutas del agua sin enfriarte.
- c) Más de 15 minutos, porque bajo el chorro del agua caliente es el momento del día en que te relajas.

2 ¿Qué haces cuando descubres una gotera en tu casa?
- a) Le pones un trapito en lo que te decides a llamar al plomero.
- b) Cierras la toma del agua y llamas inmediatamente al plomero o la arreglas tú.
- c) Pones una cubeta abajo para que ahí se almacene el goteo.

3 Para lavar tu automóvil...
- a) Utilizas cubetas con agua de reuso.
- b) Con cubetas y agua limpia de la llave.
- c) Usas la manguera. ¿Para qué complicarte?

4 Sobre el uso que le das a tu retrete:
- a) El tanque es de 6 litros. Además de hacer tus necesidades, lo utilizas para tirar papel higiénico y algún otro desecho si no tienes bote de basura cerca.
- b) El tanque es de 16 litros y sólo le jalas cuando haces tus necesidades.
- c) El tanque es de 6 litros para ahorrar agua y sólo le jalas cuando realmente es necesario.

5 Cada vez que te lavas los dientes, tú:
- a) Utilizas un vaso para enjuagarte la boca.
- b) Dejas correr el agua mientras te cepillas, enjuagándote cuando sea necesario.
- c) Abres y cierras la llave del agua cada vez que deseas enjuagarte.

De acuerdo con tus respuestas, llena la siguiente tabla, escribiendo en la casilla en blanco el número de litros que consumes al día. Al final, saca la suma de cada una de tus respuestas.

No. pregunta	Litros aproximados de agua que consumes			
	a)	b)	c)	
1.	50	100	200	
2.	150	Menos de 5	150 (almacenados y aptos para reutilizarse)	
3.	20	50	400	
4.	40 (jalándole seis veces al día aprox.)	70 (jalándole cuatro veces al día aprox.)	20 (jalándole tres veces al día aprox.)	
5. (Cepillándote 3 veces al día)	Menos de 1	20	6	

Fuente: Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Culiacán, "¿Cuánta agua se gasta?". JAPAC. Obtenido de http://www.japac.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=267&Itemid=34 (25/01/2012)

Total de tu suma **____litros aprox. que consumes al día**

Ahora que sabes cuántos litros de agua consumes aproximadamente al día, entérate, en la siguiente página, si ahorras o derrochas el líquido vital.

Consulta el estudio de calidad de regaderas ahorradoras en revistadelconsumidor.gob.mx

Gastas más de 600 litros diarios

Eres de los que derrocha el agua. Para ti quizá el problema no es para tanto, piensas que son exageraciones de los medios y que se "ahogan en un vaso de agua". Tal vez, hasta ahora, no habías sido consciente del consumo desmesurado que realizas todos los días.

Toma en cuenta lo siguiente: del total de agua que hay en la Tierra, el 97.5% es salada y el 2.5% es dulce; de ésta, sólo el 0.3% es consumible. Derrochando como lo haces, ¿cuánto te va a durar? Es urgente que cambies tus hábitos de consumo de agua porque, aunque no lo creas, puedes hacer la diferencia y contribuir para que te rinda más a ti y a los que te rodean.

- Los 600 litros diarios, en un año son 195,000 litros, casi una décima parte de lo que le cabe a una alberca olímpica (2,500,000 litros).
- Si para producir 1 litro de leche se requieren 1,000 litros de agua, con 600 litros apenas se produciría poco más de medio litro de leche.
- Si una persona consume 2 litros de agua al día, esta cantidad le alcanzaría para casi 270 días (540 litros).
- Ahorrar 600 litros durante siete días alcanza para producir una tonelada de cemento (3,500 litros).

Entre 200-600 litros diarios

"Navegas entre dos aguas". Realizas algunas prácticas de ahorro y otras no; sin embargo, es necesario que pongas más de tu parte para contribuir en la solución del problema o en minimizar los efectos de tu consumo. No te será difícil adoptar nuevos hábitos sustentables, sólo necesitas analizar en qué estás fallando y corregir esas malas costumbres. Puedes empezar por poner instalaciones ahorradoras de agua. Si no lo has hecho, en el mercado existe una variedad a precios económicos.

La situación es delicada, pues hoy usamos y desperdiciamos más agua que nunca, provocando que el agua limpia disponible se reduzca día a día. En todos está la solución, estamos a tiempo.

- Con 143,080 litros de agua (el total anual de un consumo diario de 400 litros) se producirían 48 kilos de arroz.
- Para producir 1 kilo de trigo se necesitan 1,350 litros de agua; con 350 litros diarios al año serían 109,000 litros de agua, con los cuales se producirían 81 kilos de trigo.
- Con un día de consumo máximo en este nivel se producirían casi tres vasos de jugo de manzana (190 litros por vaso).

Usas menos de 200 litros diarios

¡Felicidades! Eres una persona digna de admirar y de imitar en tus hábitos de consumo de agua. Para ti la situación "está más clara que el agua": estamos en problemas y lo estaremos más si no adoptamos una cultura sustentable.

Estás consciente de que dependemos del agua para vivir y de que es necesario que cada quien ponga su granito de arena para salvar nuestro planeta. Ojalá contagies a más personas con tu actitud previsora.

- El agua que consumes en 50 días llenaría un camión cisterna, que por lo general tienen una capacidad de 10,000 litros.

Fuentes:
Semarnat. (2011). "Agenda del agua 2030". México.
Semarnat. (2004). "Más de 100 consejos para cuidar el medio ambiente desde mi hogar". México.
Legarreta, M.G. (2008). *El agua*. México: Fondo de Cultura Económica.
Comisión Nacional del Agua. "Recomendaciones para ahorrar agua". Obtenido de www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Noticias/Recomendaciones_para_ahorrar_agua.pdf (26/01/2012)
Revista La era ecológica. "Tecnologías para ahorrar agua". Obtenido de www.eraecologica.org/revista_04/era_ecologica_4.htm?ahorrar_agua.htm~mainFrame (25/01/2012)

Hay muchas otras recomendaciones para ahorrar en diferentes áreas: higiene personal, cocina y hogar, exteriores, uso agrícola, industria y equipos públicos. Encuéntralas en **conagua.gob.mx**
El Día Mundial del Agua es el 23 de marzo, celébralo consumiendo de manera responsable.

¿SABÍAS QUE PROFECO TIENE UN ÁREA DE EDUCACIÓN?

Esta área se encarga, entre otras cosas, de las acciones preventivas de **Profeco** por medio de la educación, orientación y asesoría de consumidores para que conozcan sus derechos y ejerzan un consumo inteligente y responsable.

¿Sabías que tú puedes ser parte de una Asociación de Consumidores?

Únete con tus vecinos y amigos para defender tus derechos como consumidor, protegerte de proveedores abusivos, difundir la cultura de un consumo responsable y comercializar tecnologías domésticas.

En las delegaciones **Profeco**, a través del programa de Educación para el Consumo, te decimos cómo.

Esta área también coordina el Consejo Consultivo del Consumo, integrado por líderes de la sociedad civil y académica, que crean programas y definen acciones públicas en materia de derecho a los consumidores.

CONSEJO CONSULTIVO DEL CONSUMO

Encuentra tu equilibrio:

Haz un presupuesto familiar

¿Tener para gastar o gastar todo lo que tienes? Esta herramienta puede ayudarte a encontrar el balance adecuado en tus finanzas, permitiéndote ahorrar para esa televisión plana que deseas, las vacaciones de ensueño o encarar algún imprevisto.

Nadie sabe cuánto gana hasta que se ve endeudado. El resultado de no administrar bien nuestros recursos económicos hace que gastemos en productos que no habíamos contemplado o que realicemos compras por impulso, lo que trae como consecuencia un desequilibrio en nuestra economía familiar que termina ahorcándonos al final de la quincena.

Planear cuáles serán tus gastos tomando en cuenta tus ingresos contribuirá a que tu economía familiar marche por buen camino. Cuando logres percibir más de lo que gastas, podrás ahorrar, invertir e, incluso, tener liquidez para encarar imprevistos, deudas o planificar tu futuro. Un presupuesto familiar te servirá para alcanzar este fin.

Un presupuesto sirve para tomar decisiones

Antes de empezar es importante que pienses con tranquilidad cuáles son tus gastos prioritarios. Tenerlos bien identificados te servirá como guía para que tomes las mejores decisiones de compra, te permitirá conocer la forma en que están distribuidos tus gastos y en qué rubros desembolsas más. Con este ejercicio hasta podrás identificar cuánto necesitas de tu ingreso para satisfacer tus necesidades y deseos.

¿Por qué funciona? Fácil. Un presupuesto nos permite llevar nuestras decisiones de compra de un plano emocional a uno racional. El presupuesto nos da la posibilidad de apoyar nuestra toma de decisiones en datos duros y no en sentimientos, aspiraciones o miradas "de buen cubero" a nuestro monedero.

Primer paso: calcula tus ingresos

Un presupuesto familiar mensual debe estar lo más apegado a tu realidad, considerando tu ingreso individual, así como los ingresos de los integrantes de la familia, según sea el caso. Debe convertirse en un propósito permanente para lograr metas de corto, mediano y largo plazo.

Es importante que tomes en consideración el ingreso familiar mensual real, después de los descuentos. Suma lo que percibe cada uno de los miembros del hogar para que hagas una adecuada planeación.

El presupuesto familiar ha de incluir a todos los miembros de la familia, y para ello se deben considerar las necesidades particulares de cada uno, así como los ingresos que se recibirán a lo largo del año.

Ante todo, debe tomar en cuenta todos los rubros, ha de ser flexible, ya que las cosas y circunstancias cambian; también debe ser práctico. De lo que se trata es de cumplir con tus metas financieras de la mejor manera; por ello, entre más claro y real, mejor.

A continuación te presentamos algunas consideraciones que debes valorar para elaborar tu presupuesto familiar. En el siguiente formato te mostramos, como ejemplo, un listado de los ingresos familiares mensuales, aunque tú puedes tener otros. Sólo anótalos en la segunda columna y al final haz la sumatoria.

SUMA DE INGRESO MENSUAL FAMILIAR

TIPO DE INGRESOS	$
Salario neto (después de impuestos)	
Pago por honorarios netos	
Asesorías	
Negocio familiar	
Bonos	
Repartos de utilidades	
Aguinaldos	
Comisiones	
Ingreso familiar mensual	

Segundo paso: identifica qué clase de gastos tienes

Comienza a elaborar un presupuesto a fin de que lleves un registro puntual de las entradas de dinero (ingresos) y de los gastos normales que se realizan durante un mes. En estos últimos, considera tus gastos fijos y tus gastos variables, así como los imprevistos que pudieran llegar a presentarse.

Los gastos fijos son los que permanecen constantes durante un periodo determinado. Son desembolsos difíciles de evitar como alimentos, transporte, gasolina, servicios, colegiaturas, adeudos crediticios, renta, entre otros.

Los gastos variables cambian de acuerdo con los gustos y actividades de cada persona, incluyen ropa, restaurantes, entretenimiento, por mencionar algunos.

Los gastos imprevistos son aquellos que se realizan por emergencias o por la compra de productos o servicios que no son prioritarios.

En el siguiente formato consideramos algunos renglones que contempla el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), a fin de que lo llenes de acuerdo con tus gastos mensuales. Anota todos y cada uno de ellos por quincena. Además, haz una relación de los bienes y servicios que vas a pagar durante un mes, como alimentos y bebidas, la renta o pago de casa, agua, teléfono, luz, renta del internet, renta de televisión de paga, etcétera.

No olvides considerar aquellos gastos ocasionales que puedan presentarse, como la celebración de alguna fiesta, la compra de un regalo, entre otros. También, contempla cuál será tu ahorro mensual para posibles emergencias. Si tienes otros gastos, agrégalos.

TABLA DE GASTOS FIJOS Y GASTOS VARIABLES

GASTOS FIJOS	CANTIDAD GASTADA	GASTOS VARIABLES	CANTIDAD GASTADA
Alimentos y bebidas		Ropa	
Comidas fuera de casa*		Restaurantes	
Renta de vivienda		Medicamentos	
Agua		Entretenimiento	
Electricidad		Peluquería	
Teléfono		Mantenimiento de la casa	
Televisión por cable		Tintorería	
Gas doméstico		Tarjetas de teléfono celular	
Servicio doméstico		Vehículo: tenencia, verificación, seguro, reparación, etcétera	
Pago de vehículo		Viajes	
Internet		Arreglo personal: corte de cabello, salón de belleza, etcétera	
Gasolina		Otros	
Cuidado de los hijos			
Ahorro			
Educación			
El súper o la despensa			
Transporte público			
Otros			
Total		**Total**	

*Considera la cantidad mensual que gastas en comidas fuera de casa (fondas, pequeños restaurantes, etcétera).

Al terminar el mes, suma los gastos fijos y los gastos variables, así podrás revisar tus desembolsos y comenzar a investigar en qué se va el dinero. De esta manera podrás sacar las conclusiones necesarias para conocer si tienes que rediseñar tus gastos.

SUMA DE GASTOS

Gastos fijos + Gastos variables	$

Tercer paso: encuentra tu centro

En el siguiente formato suma tus ingresos y gastos de cada mes (fijos y variables), y calcula la diferencia, así obtendrás tu balance anual.

BALANCE ANUAL

Mes	Ingresos (A)	Gastos (B)	Diferencia C=(A)-(B)
Enero			
Febrero			
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio			
Agosto			
Septiembre			
Octubre			
Noviembre			
Diciembre			
TOTAL ANUAL			

Una vez que tengas la fotografía de tus desembolsos mensuales, podrás tomar el control de tu cartera. Si tienes saldo a favor, ¡felicidades!, has elaborado un buen presupuesto. En caso de que el resultado sea negativo, no te quedes cruzado de brazos, valora en qué renglones puedes reducir tus gastos.

Recomendaciones

- Si los pagos de tus deudas son semanales, quincenales o mensuales, divide los pagos fijos y los gastos variables en dos grupos, los que se pagan a mediados de mes y al final del mismo.
- Valora los inconvenientes de las compras por impulso, las cuales son producto de una decisión momentánea.
- No te rindas si te es difícil mantener tu presupuesto durante los primeros meses. Establecer un plan que funcione toma tiempo. Debes ser flexible. Si no está funcionando, cámbialo.
- Fomenta la cultura del ahorro en tu familia para sacar mejor provecho de tus ingresos. Aprende a desarrollar esta disciplina. No es una tarea fácil de realizar, pero una pequeña cantidad ahorrada se va haciendo grande con el tiempo.
- La moda es otro elemento que influye en las decisiones de compra del consumidor. Tal vez deseas comprar ropa, calzado, muebles, etcétera, que en ese momento son novedosos pero, ¿a qué costo?
- Compara precios. Visita varios establecimientos antes de realizar tus compras y aprovecha las diferencias en los costos.
- Si para comprar algo antes "debes" consultar tu presupuesto, evidentemente la decisión que tomes estará apoyada en un proceso racional y, en consecuencia, será más cercana a tu realidad financiera.
- Determina cuáles son las cosas urgentes, básicas y superfluas, con el fin de hacer uso adecuado de tu ingreso.

De las páginas de...

PROTEJA

$U DINERO

Vacaciones

¿a pagos quincenales?

Vas al cajero automático y te encuentras con la sorpresa de que tienes un crédito de nómina aprobado por hasta $70,000. Lo primero que pasa por tu mente es que esa cantidad es suficiente para disfrutar de unas vacaciones de ensueño.

Cuidado. Antes de contratar cualquier tipo de crédito piensa que estás comprometiendo tus ingresos futuros y asegúrate de que podrás cumplir con los pagos por el tiempo que dure el compromiso.

Si te endeudas más allá de tu capacidad de pago, tus finanzas corren el peligro de desbalancearse, lo que te impedirá enfrentar alguna emergencia.

Un crédito de nómina es un préstamo que no requiere garantías ni avales, pues toma como respaldo el salario que recibes por tu trabajo y puedes darle el uso que quieras. Los pagos se descuentan de forma automática de tu cuenta de nómina, en el plazo que hayas pactado con el banco (semanal, quincenal y mensual).

Si buscas financiamiento, toma en cuenta que en la mayoría de los casos los créditos de nómina son más baratos que otro tipo de créditos, incluido el plástico. Para estar seguro de que tomas una decisión acertada compara el CAT y analiza las condiciones de pago.

¿Crédito autorizado?

Algunos ejecutivos de cuenta, con tal de que aceptes el crédito, te dicen que no te pueden dar menos del monto autorizado. "Tómelo y mañana deposita lo que no necesite", recomiendan, por ejemplo que aceptes $70,000 y si sólo quieres $20,000 regreses $50,000.

Pero no es tan sencillo: la comisión por apertura y el seguro de vida se calculan en función del monto que te prestan, lo que significa que estarías pagando de más por estos conceptos. Mejor busca otras alternativas.

Envíanos tus preguntas y comentarios sobre servicios financieros a: educacionfinanciera@condusef.gob.mx

Del D.F. y área metropolitana
53 400 999
de todo el país
01 800 999 80 80

Síguenos por *twitter*: @ConducefMX

www.condusef.gob.mx

Educación Financiera
Tu ganancia

Alergias estacionales:

La primavera, la sangre altera

Para quienes padecen los molestos síntomas de las alergias estacionales, este adagio les cae como anillo al dedo. Entérate de qué las provoca, los tratamientos disponibles y cómo puedes prevenirlas.

Aquellos que anticipan la llegada de la primavera con sus constantes estornudos, nariz congestionada y los ojos tan hinchados como si los hubiera noqueado un boxeador, saben que la alteración que trae consigo el reverdecimiento de las plantas puede ser bastante molesta. La rinitis alérgica estacional, también conocida como fiebre del heno, aqueja a más de 36 millones de personas en todo el mundo. Sus molestos síntomas llegan a afectar el desempeño diario, pues dificultan el sueño y la concentración, además de causar fatiga, falta de apetito e, incluso, depresión. Se sabe que, en la mayoría de los pacientes, esta afección aparece antes de cumplir los 20 años. En México, entre 6 y 10% de la población la padece y está entre las causas frecuentes de consulta médica.

En México, entre 6 y 10% de la población padece rinitis alérgica

¿Por qué las alergias?

En términos simples, una alergia es un "error" del organismo. Suelen aparecer cuando nuestro sistema inmunológico –encargado de reconocer y combatir sustancias u organismos nocivos en nuestro cuerpo– identifica a un agente extraño como dañino, cuando en realidad no lo es. Esto provoca una reacción violenta que consiste en la producción de una gran cantidad de anticuerpos de inmunoglobulina E –bautizada como la molécula de la alergia– que, al entrar en contacto con el antígeno (la "sustancia extraña"), provoca que se liberen histaminas de forma abundante, las cuales, a su vez, provocan los síntomas.

"Sustancias extrañas": polen y moho

Con la llegada de la primavera comienza el periodo de polinización, el cual se prolonga durante el verano y el otoño. Las esporas de moho y otros hongos también se multiplican con el calor y la humedad en épocas de lluvia. Por eso, estas alergias coinciden con los meses de febrero a octubre.

La mayoría de las personas presenta más síntomas de alergia en los días calurosos y de viento seco, debido a que en estas condiciones el polen se disemina con mayor facilidad. No obstante, si los síntomas empeoran durante los días lluviosos, las causantes son las esporas.

Tratamiento: prevención, medicación e inmunoterapia

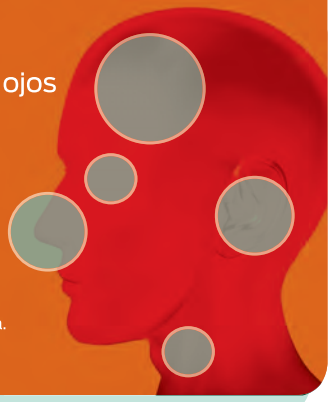
Antes que todo hay que reducir la exposición a las sustancias alergénicas, y una moderada cantidad de medicamento puede aliviar los síntomas de manera satisfactoria. Si esto no funciona, debe considerarse la inmunoterapia.

Los medicamentos utilizados para tratar la rinitis alérgica son principalmente antihistamínicos –de preferencia que no produzcan sueño– y descongestivos nasales, así como corticoides tópicos. Éstos deben estar prescritos por un médico para evitar que a la larga se desarrollen complicaciones como dolor en el rostro, los oídos, la parte superior de los dientes, vértigo o problemas de visión.

La inmunoterapia consiste en inyectar al paciente pequeñas dosis de la sustancia a la que es sensible, e irlas aumentando gradualmente. Esto genera un anticuerpo de bloqueo, causando que el paciente se haga cada vez menos sensible al agente alergénico.

LOS SÍNTOMAS:

- Comezón en la nariz
- Estornudos en serie (cinco o más por vez)
- Secreción acuosa y goteo por la nariz
- Congestión nasal
- Dolor de cabeza
- Dolor de oídos
- Ardor y/o enrojecimiento de ojos
- Hinchazón en los párpados
- Sensibilidad a la luz
- Picazón en la garganta, paladar y oídos



Fuente:
YOUNG H. Stuart, et al. (2005). *Alergias.* Buenos Aires: Grancia.
Entrevistado: Dr. Francisco Navarro Reynoso, Director del Hospital General de México.

ALERGIA TODO EL AÑO

Si los síntomas persisten o no coinciden con los cambios de estación, la causa puede ser alguna otra sustancia, como el ácaro del polvo o la caspa de los animales domésticos. La rinitis alérgica perenne, sin embargo, también puede agravarse por factores estacionales.

Prevención

- Cierra todas las ventanas de la casa tanto de día como de noche.
- Procura utilizar aire acondicionado con filtros de partículas.
- Evita actividades al aire libre entre 5:00 y 10:00, y 19:00 y 22:00 horas.
- Usa cubrebocas.
- No cortes ni te acerques al pasto recién cortado.
- Evita el humo, el esmog y, por favor, ¡no fumes!
- No te expongas a cambios bruscos de temperatura.
- Como te decía tu mamá: no juegues con tierra.
- Infórmate sobre cuáles son las plantas más alergénicas de tu localidad, el médico de tu centro de salud debe darte esta información.

Sigue estos consejos y consulta al médico, pues la rinitis no tratada puede causar sinusitis u otitis aguda, que requieren cirugía. Elige el tratamiento que más te convenga para que no te ataque la alergia estacional porque, como escribió Pablo Neruda: "Podrán cortar todas las flores, pero no podrán detener la primavera".

Del mar a tu mesa:

Elige lo bueno del pescado

Durante la Cuaresma, el consumo de este producto se incrementa. Toma en cuenta los consejos del chef Oropeza para elegir siempre los mejores ejemplares y preparar deliciosos platillos típicos de la temporada.

Averigua Quién es Quién en los Precios de pescados y mariscos en **profeco.gob.mx** Entérate con esta herramienta en línea cuáles proveedores te ofrecen la calidad que buscas al mejor precio.

Los festejos de Semana Santa son una excelente oportunidad para incrementar el consumo de pescado y otros frutos del mar, pues no sólo son deliciosos, sino también nutritivos. Algunas de sus variedades contienen ácidos grasos omega 3 y 6, que ayudan a disminuir el colesterol "malo", además de favorecer a la salud de las células del cerebro.

Si deseas llevar a tu mesa todo lo bueno del mar, es importante que elijas los pescados más frescos, pues se trata de un alimento muy delicado, que se contamina fácilmente y, por lo mismo, requiere de una estricta cadena de frío para evitar su descomposición prematura.

DIFERENTES TIPOS

Los pescados tienen una clasificación general que define sus características y propiedades nutritivas más sobresalientes.

• **Blancos.** Su bajo contenido de grasa (menor al 2.5% de su peso) se debe a que, en vida, estos peces son relativamente sedentarios al tener su alimento cerca, sin necesidad de acumular grasa en su cuerpo para nadar grandes distancias. Por ello son ideales para quienes desean perder algunos kilos. Además, son de rápida digestión y tienen un buen contenido de minerales esenciales, como sodio, potasio, magnesio, yodo y hierro, que regulan los procesos químicos del organismo y son ricos en vitaminas del complejo B. Los más comunes de este tipo son el bacalao, el lenguado, la merluza, el dorado, la mojarra, el pargo y la lubina.

Los pescados marinos contienen más omega 3 que los de agua dulce

• **Azules.** Tienen entre 8 y 10% de grasa en relación con su peso, pues en su estado natural necesitan acumularla para realizar largos viajes en busca de alimento. Su tono obedece a la cantidad de ácidos grasos que poseen (tienen más omega 3 y 6 que los blancos); estas grasas son insaturadas, así que son saludables. Son una gran fuente de minerales como hierro, yodo, fósforo, magnesio y calcio, además de poseer vitaminas A, D y B12. El consumo de este tipo de pescado es especialmente beneficioso para quienes sufren alteraciones circulatorias. También, en caso de problemas con los niveles de colesterol, se recomienda aumentar su consumo. En esta variedad se ubican el salmón, las anchoas, las sardinas, el atún y la trucha.

Compra en establecimientos que mantengan los ejemplares en hielo limpio y, de preferencia, en posición inclinada, así los jugos no contaminarán la carne del pescado.

¿CÓMO ELEGIRLO?

Revisa las siguientes zonas del pescado para asegurarte de que te llevas el más fresco:

- **Ojos.** Deben estar brillantes, con la pupila negra y el cristalino sin sangre. Si se ven hundidos, pálidos o con tonalidades amarillas o lechosas, no lo compres.
- **Carne.** Tiene que estar firme, pegada a las espinas y mostrar una apariencia pareja, sin decoloraciones o manchas negras.
- **Vísceras.** No deben tener olor (si percibes alguno, significa que el proceso de descomposición está avanzado) y es fundamental que se vean brillantes y no despidan sangre opaca.
- **Agallas.** Es necesario que tengan color brillante y vivo, ya sea rojo o rosa, y sin sustancias gelatinosas.
- **Piel.** Prefiere los de piel tornasolada y muy brillante.
- **Olor.** Asegúrate de que no despreda olores penetrantes, al contrario, debe contar con un aroma ligero a mar o algas. De ser así, significa que tiene una frescura media.

Para que no pierda sus propiedades nutritivas

La forma de cocinar el pescado no afecta a los ácidos omega 3, pero sí incide en la velocidad de su digestión. A la plancha, empapelado, al horno o hervido, se digiere rápidamente, mientras que frito o en salsa resulta más pesado.

¿Cuántas maneras de cocinar un pescado conoces? Encuentra nuevas y saludables formas de aprovechar los frutos del mar en **cheforopeza.com.mx**

GanarSalud
La revista que te cuida

101 Suplemento

GLAUCOMA deterioro definitivo de la visión

1 20/200
2 20/100
3 20/70
4 20/50
5 20/40
6 20/30
7 20/25
8 20/10

1 20/200
2 20/100
3 20/70
4 20/50
5 20/40
6 20/30
7 20/25
8 20/10

La visión es una de las grandes capacidades sensoriales del ser humano; es un sentido que todos valoramos, pero desconocemos a sus enemigos silenciosos. En entrevista para **Ganar Salud®, el Dr. Sergio Herrero Herrera**, médico adscrito al Servicio de Glaucoma del Hospital General de México, habla sobre glaucoma, enfermedad asintomática que causa daños irreversibles, incluso, hasta la pérdida total de la vista.

suscríbete

Aprovecha la **suscripción anual** y obtén **dos meses más ¡Gratis!**
Sólo **$300**

GanarSalud
La revista que te cuida

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición
Salud Mental • Sexualidad • Del Siglo XXI • Medicina del Deporte y **¡Mucho Más!**

¡Suscríbete ya!: 5515 3825 ó 5515 3818, suscribete@ganarsalud.com

Electrodomésticos a prueba de riesgos

Estos aparatos son parte importante de nuestro hogar. Sin embargo, la electricidad que los anima es una fuente de peligro considerable, que puede poner en riesgo nuestra vida o salud. ¿Sabes qué hay detrás de un electrodoméstico seguro?

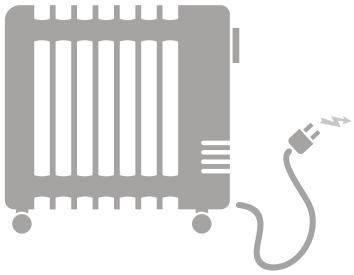
La electricidad es uno de los descubrimientos más importantes en la historia de la humanidad; todos los inventos que hacen uso de ella como fuente de energía nos han facilitado la vida. Especialmente los electrodomésticos. Sin embargo, no hay que perder de vista que, además de simplificarnos las tareas cotidianas, son una fuente de energía que en determinadas condiciones pueden provocar accidentes. Tan es así que, prácticamente desde la aparición de la bombilla eléctrica en tiempos de Thomas Alva Edison, se empezaron a conocer los riesgos de esta fuente de poder, y se buscó atenuarlos de distintas maneras.

Cuidado con la electricidad

El riesgo principal es inherente al uso de corriente eléctrica: la electrocución. La mejor manera de evitarla consiste, obviamente, en no tener contacto directo con la corriente. Para ello se han desarrollado dispositivos de aislamiento, como los forros en los cables y las estructuras de equipos fabricadas con materiales bajos en conducción eléctrica.

Al ir siendo fabricados cada vez más aparatos que funcionaban con electricidad en distintos países y con diferentes materiales, los requerimientos de seguridad debieron ser regularizados en documentos técnicos denominados normas o estándares. En 1906 se creó la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC, por sus siglas en inglés), y actualmente cuenta con 82 países miembros, México incluido. Su misión es elaborar estándares de uso internacional, para que todo el planeta tenga el mismo nivel de seguridad en estos aparatos.

En México, en la mayoría de los casos, utilizamos estas normas como base para nuestra regulación



En el apartado de electrodomésticos existen más de 90 normas específicas

de protección al consumidor o usuario (las famosas NOM). Todos los aparatos electrodomésticos deben certificarse antes de su comercialización en el país, sometiéndose a las pruebas indicadas en dichas normas.

Riesgos no eléctricos

También existen riesgos mecánicos provocados por el uso de los productos. Tal es el caso de aquellos aparatos con aspas o alabes, como ventiladores o licuadoras, que en su funcionamiento normal pueden llegar a lastimarnos de gravedad.

Otros electrodomésticos, como los calentadores de ambiente (calefactores), suponen riesgos de quemadura o incendios. Incluso el ruido exagerado que generan algunos aparatos, aunque no lo creas, también constituye un riesgo para tu salud, por lo que la normatividad está orientada a determinar límites máximos o comunicar el tiempo máximo de exposición recomendado.

Como ves, cada aparato, de acuerdo a su función y diseño, presenta riesgos particulares. Por ello, en el apartado de electrodomésticos existen más de 90 normas específicas.

¿Cómo actúa Profeco?

Además de realizar los estudios de calidad, el Laboratorio Profeco evalúa la seguridad de los aparatos, utilizando normas internacionales adaptadas mediante su conversión a normas mexicanas y normas oficiales mexicanas. Si se detecta algún aparato que presente incumplimiento a la normatividad, se inicia un proceso legal de verificación que puede llegar, incluso, a la prohibición de su comercialización y ordenar la destrucción de los bienes que correspondan

Al mismo tiempo, se da aviso al responsable del producto para que tome medidas inmediatas que protejan al usuario que lo adquirió, como devolver el producto al fabricante para cambiarlo por uno seguro o devolverle su dinero.

Ventiladores

En 2008, por ejemplo, se llevó a cabo un estudio sobre ventiladores y esto fue lo que encontramos:

- Seguridad eléctrica: al revisar que el aparato cumpliera con los parámetros mínimos de la norma, hallamos que los cables conductores de la electricidad son demasiado delgados para el motor del ventilador, lo que puede provocar sobrecalentamiento y riesgo de incendio.
- Seguridad mecánica: algunos ventiladores no pasaron la prueba de la estabilidad, pues presentaron alto riesgo de volcarse con facilidad, incluso estando ligeramente inclinados. Además, otros modelos no cumplieron con la norma que establece que las protecciones de las aspas deben ser lo suficientemente angostas y resistentes para impedir el paso de un dedo, incluso de manera intencional.
- En cuanto al calentamiento, afortunadamente ningún modelo sobrepasó el límite máximo de temperatura ni la norma relacionada al ruido emitido en condiciones normales de operación.

En resumen, tres de 26 ventiladores analizados no cumplían con los parámetros mínimos de seguridad. Esto dio inicio a una verificación masiva a nivel nacional por parte de la Dirección General de Verificación y Vigilancia de **Profeco**, en donde se revisaron 92 modelos de ventiladores; de los cuales, 34 no cumplieron, fue prohibida su comercialización y se procedió a la destrucción de más de 10 mil de ellos.

Adicionalmente, se emitió una alerta nacional en medios masivos de comunicación y en la página web de **Profeco** para que los consumidores que tuvieran en su poder los ventiladores dictaminados como peligrosos acudieran al proveedor para que se les cambiaran por producto nuevo o se les reembolsara su dinero.

Además se enviaron comunicados a los distribuidores para que retiraran los aparatos en anaquel o bodega y los devolvieran al proveedor.

Éste es sólo un ejemplo de varios que existen en **Profeco**, por lo que se han implementado medidas de seguridad para evitar el comercio de electrodomésticos riesgosos en el país en conjunto con otras autoridades, como la Dirección General de Aduanas y la Secretaría de Economía.

PREVENIR ANTES DE COMPRAR

La responsabilidad de ofrecer productos electrodomésticos seguros recae en fabricantes, importadores y autoridades, pero también tú puedes reducir el riesgo de adquirir un aparato peligroso o que uno que ya tienes se convierta en uno inseguro:

- Al comprar, fíjate en la etiqueta. Debe cumplir con los requisitos de la Norma Oficial Mexicana en su etiquetado (nombre del producto y del fabricante o importador, país de origen, características eléctricas, si es de segunda mano, etcétera).
- Si está certificado por la NOM-003-SCFI-2000 significa que el electrodoméstico ha sido sometido a pruebas para garantizar tu seguridad.
- Compra siempre en el mercado formal y asegúrate de que el aparato cuente con garantía e instructivo en español.
- Si requiere armado o conexión especial, asegúrate de tener la herramienta adecuada y de entender perfectamente el procedimiento de armado o conexión.
- Lee las advertencias de seguridad y atiéndelas.
- Si el aparato falla, obedece el instructivo.
- No intentes realizar reparaciones por tu cuenta, llévalo a un centro o taller de servicio autorizado.
- No alteres el aparato.

Si estás por adquirir un electrodoméstico, consulta la Brújula de Compra en **profeco.gob.mx**

Para que te mantengas informado sobre la existencia de productos peligrosos, suscríbete al micrositio **alertas.gob.mx,** el cual te avisará, en tu correo electrónico, en cuanto sea emitida una alerta o llamado a revisión de algún producto. Consulta ahí mismo las alertas y llamados a revisión vigentes.

Loción desmaquillante

Tiempo de preparación: 15 minutos Caducidad: 3 meses Rendimiento: 250 g

En todas las Tecnologías Domésticas Profeco se consideran las siguientes equivalencias: 1 cucharada (TBS: tablespoon) = 15 ml, 1 cucharadita (teaspoon) = 5 ml, 1 taza = 250 ml

INGREDIENTES

2 cucharadas de aceite mineral

1 cucharada de aceite de almendras dulces

1 cucharadita de lanolina

1/2 taza de agua

1 cucharada de glicerina pura

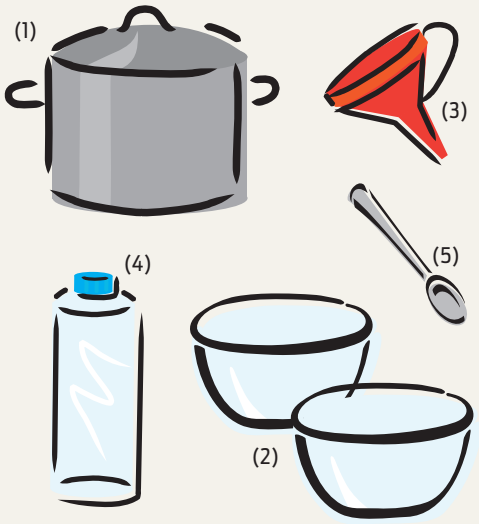
2 cucharadas de agua de rosas

3 gotas de colorante vegetal azul

1/4 de cucharadita de trietanolamina

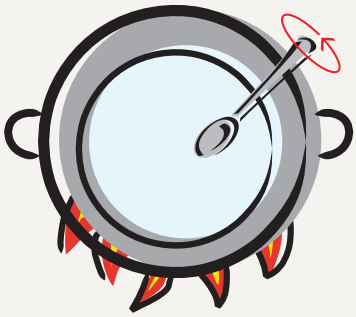
UTENSILIOS

(1) Cacerola con capacidad de 1.5 litros, (2) 2 tazones de vidrio con capacidad de un litro, (3) embudo, (4) botella de plástico con capacidad de 250 mililitros, (5) cuchara.



Validación técnica del maestro en Ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra.

1



Pon un tazón a baño maría y vierte el aceite mineral, el aceite de almendras y la lanolina. Agita suavemente y mantén al fuego hasta que la lanolina se funda completamente y se integren los ingredientes.

2

En otro tazón vierte el agua y agrega la glicerina, el agua de rosas, el colorante vegetal y, por último, la trietanolamina.

3

Agita y vacía la mezcla del paso uno.

4

Con ayuda del embudo, vierte en la botella de plástico y cierra perfectamente.

CONSERVACIÓN

Debes mantenerla en un lugar fresco y oscuro para que se conserve en buenas condiciones.

¿Quieres saber más Tecnologías Domésticas **Profeco**? Visita nuestro canal en YouTube: youtube.com/profecotv

IMPORTANTE

Esta tecnología contiene ingredientes potencialmente alérgenos como el aceite de almendras y la lanolina. Si notas alguna reacción adversa como enrojecimiento del rostro o irritación, suspende su uso y consulta a tu médico.

Ilustración: Mónica Miranda

CUERPO SANO EN... ¿ROSTRO MAQUILLADO?

La relación entre cosméticos e higiene viene desde tiempos remotos. Cerca del año 4000 a. C., los egipcios comenzaron a utilizar grafito en polvo (kohl) sobre los párpados para combatir la llamada "oftalmía del desierto" o tracoma, un padecimiento endémico de Egipto –tanto del antiguo, como del moderno– que se ve agravado por la intensa luz del sol africano. Este cosmético, al ser negro y contener sulfato de antimonio, reducía la cantidad de luminosidad que alcanzaba al ojo y mantenía desinfectada la zona. A nadie sorprenderá, entonces, que sea esta cultura la primera en haber desarrollado el maquillaje y las cirugías.

¿LANOLINA? ¿Y ESO CON QUÉ SE COME?

Si acostumbras leer el reverso de los empaques, este compuesto químico te resultará familiar. Se trata de una cera natural que producen las glándulas sebáceas de las ovejas. Pero no tuerzas la boca tan rápido: la lanolina se extrae de su pelaje cuando son trasquiladas, de ahí que reciba el nombre de "grasa lanar" cuando se encuentra cruda. Su uso es extenso en la industria cosmética, pues se absorbe rápidamente por la piel al tiempo que la suaviza, protege del aire seco y mantiene lubricada. Sin embargo, a pesar de sus bondades, para muchas personas puede ser una sustancia alérgena, máxime cuando está poco destilada. ¿Dónde puedes conseguir lanolina para elaborar loción desmaquillante? En farmacias o droguerías donde se preparen fórmulas, o en herboristerías.

Espejito, espejito...

Cosméticos que maquillan engaños

Lo malo: el tiempo hizo de las suyas en tu rostro... y cuello, cabello, manos, etcétera.
Lo bueno: recordaste el famoso comercial de una crema maravillosa y decidiste comprarla.
Lo feo: te diste cuenta de que no era lo que esperabas.

Es común que todos nos "echemos una manita" para lucir mejor a través de los cosméticos. Estos productos son los que se utilizan para limpiar, perfumar, proteger y, en general, para mantener saludables las partes exteriores del cuerpo, como la piel o los dientes. Basta con echar un vistazo a los muebles de nuestro baño para darnos cuenta de que las cremas, geles, maquillajes, champús, perfumes, tintes y demás cosméticos están presentes en nuestra vida cotidiana. Pero, ¿realmente todos los cosméticos que hemos comprado dieron los resultados que prometían?

Entre la publicidad de cosméticos podemos encontrar desodorantes cuya efectividad supuestamente dura 24 horas o más; coloración instantánea de las canas, y cremas que borran las arrugas o desaparecen las imperfecciones mejor que Photo-shop. Todo eso suena increíble, ¿no? Dado que estos productos, en general, son para hacernos "lucir mejor", la publicidad puede sugerirnos que seremos visiblemente más jóvenes, atractivos e irresistibles tan sólo con utilizarlos. El sector de los cosméticos tiene altas exigencias y regulación, sin embargo, existen algunas prácticas publicitarias que frecuentemente generan expectativas alejadas de la realidad mediante la utilización de estereotipos que confunden a los consumidores e influyen en sus deseos y aspiraciones. Esto genera prácticas desleales de competencia entre proveedores y afecta la confianza del consumidor en torno a este sector.

Quizá "la belleza cuesta" pero, antes de comenzar a vaciar nuestros bolsillos, debemos ser críticos ante la publicidad y leer con cuidado los ingredientes e instrucciones de uso. Recuerda que algunos productos podrían provocarnos reacciones secundarias e inesperadas, lo que nos obligaría a acudir al médico. Es decir, al final de cuentas podríamos perder nuestro dinero. Si lo anterior te suena conocido, tienes que saber que puedes denunciarlo ante **Profeco**.

Los consumidores debemos ser escépticos de la publicidad que asegura la belleza soñada

Los productos de belleza también tienen sus imperfecciones

Dado que las personas quieren verse y sentirse bien, no sorprende que el mercado de los cosméticos esté en un franco ascenso. Tan sólo en México, entre los años 2000 y 2010, la inversión extranjera directa del sector fue de aproximadamente 3 mil millones de dólares, lo cual representó el 1% del PIB nacional. También es importante mencionar que las exportaciones fueron mayores a las importaciones[1].

A nivel internacional, diversas agencias han tomado medidas contra productos cosméticos que pudieran representar un riesgo para la salud. Así, en marzo de 2011 la Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios (AEMPS) retiró del mercado las cremas, geles y aceites para la piel que contenían clobetasol e hidroquinona[2]. Los productores utilizaron las sustancias en cosméticos para suavizar o aclarar la piel e ignoraron sus efectos secundarios como, por ejemplo, estrías cutáneas o despigmentación. En el mismo sentido, las autoridades sanitarias de Canadá advirtieron que varias soluciones para suavizar el cabello contenían niveles de formaldehídos por arriba de lo permitido. La sustancia provocó ardor en ojos, nariz y garganta, dificultades al respirar, y pérdida de cabello.[3]

Así como en España y Canadá, en septiembre del año pasado esta Procuraduría alertó de una crema producida en México que era nociva para la salud, llamada Aguamary. Los consumidores del producto corrieron el riesgo de dañar la salud de su tracto gas-

Gráficos: Bachan

trointestinal, sistema nervioso y riñones debido a que la crema contenía mercurio[4].

En México, la autorregulación juega un papel importante en el combate a la publicidad engañosa en diversos sectores, de manera que la industria de cosméticos no es la excepción. Por ello, **Profeco** trabaja en coordinación con la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (Canipec) para instrumentar una estrategia integral, con el fin de proteger el derecho de información de los consumidores y combatir la publicidad engañosa, así como fomentar la participación ciudadana en esta tarea. Cabe mencionar que Canipec agrupa a las principales compañías productoras y distribuidoras de dicha industria en nuestro país, las cuales, además de tener que cumplir con la normatividad vigente en materia de publicidad, también se rigen por el Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos.

RESULTADOS DEL MONITOREO DE PUBLICIDAD

La Dirección de Publicidad y Normas de **Profeco** realizó, entre el 2 y el 23 de enero, un monitoreo de la publicidad en televisión de 42 productos cosméticos. Los resultados fueron los siguientes:

- **17%** de los cosméticos se publicita como innovador, único o avanzado.
- **19%** de los productos ofrece resultados instantáneos o en menos de cuatro semanas de uso.

[1] Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (Canipec). Consultable en http://www.canipec.org.mx/woo/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=2

Monitoreando la publicidad engañosa

Como se ha mencionado, la publicidad engañosa puede llevar a los consumidores a caer en el error o confusión, por lo que deben cuidarse de no comprar productos que se publiciten con promesas, frases, imágenes o textos engañosos, o leyendas totalitarias y absolutas.

Lamentablemente, aún no se conoce una máquina del tiempo que nos regrese a la juventud

Para detectar posible publicidad engañosa de productos cosméticos, **Profeco** realizó, entre el 2 y el 23 de enero, un monitoreo en televisión de 42 diferentes productos. De los cosméticos monitoreados, 17% presume ser innovador, único o avanzado, mientras que 19% ofrece resultados al instante o en menos de cuatro semanas de uso. Además, 11% del total de productos analizados sugiere que su producto "quita años", reduce o retrasa los signos del envejecimiento. Lamentablemente, aún no se conoce una máquina del tiempo que nos regrese a la juventud, y es inimaginable que algún aroma nos haga irresistibles a cualquier persona del sexo opuesto o que la tecnología más innovadora no sea superada en poco tiempo. Debido a esto, los consumidores debemos ser escépticos de la publicidad que nos asegura la belleza soñada con sólo utilizar productos cosméticos.

La verdad desmaquillada

Más allá de los ideales de belleza que nos pueda crear la mercadotecnia, es importante saber que, con las facultades que le otorga la Ley Federal de Protección al Consumidor, **Profeco** vigila que los proveedores no utilicen engaños publicitarios que puedan confundirte o inducirte al error cuando tomas una decisión de consumo. Por ello, te recordamos que las características o información de algún producto no deben presentarse de forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa.

El año pasado, **Profeco** realizó 13 requerimientos a seis empresas de productos cosméticos cuya publicidad contenía frases, textos o imágenes que podrían ser engañosas. Asimismo, se sancionó a cinco empresas que no lograron comprobar la veracidad de su publicidad, a las cuales se les impusieron sanciones económicas por un monto total de 10 millones 700 mil pesos y, además, se les ordenó retirar la publicidad.

Si detectas que la publicidad de algún producto, bien o servicio engaña a los consumidores, puedes denunciarlo ante **Profeco**.

Gracias a tus denuncias evitas que los proveedores sigan engañando, y ayudas a que **Profeco** inicie procedimientos contra ellos y, en su caso, los sancione.

[2] Consultable en http://www.aemps.gob.es/informa/notasInformativas/medicamentosUsoHumano/medIlegales/2011/NI-MUH-Ilegales_02-2011_clobetasol.htm
[3] Consultable en http://www.hc-sc.gc.ca/ahc-asc/media/advisories-avis/_2011/2011_56-eng.php
[4] Consultable en http://www.alertas.gob.mx/detalle_alerta.php?id_alerta=46

PARA NO CAER EN ENGAÑOS

1. Recuerda que las funciones que un cosmético publicite en los medios, debe coincidir con las que incluye en su etiqueta.
2. Revisa las leyendas precautorias, las instrucciones de uso y los ingredientes de los cosméticos antes de comprarlos.
3. Infórmate sobre las alertas que emiten **Profeco** y Cofepris en **alertas.gob.mx** para evitar consumir productos nocivos para tu salud y tu bolsillo.
4. Asegúrate de que los proveedores cuenten con los estudios y análisis que avalen que las características de los cosméticos son verdaderas; recuerda que ellos no pueden publicitar lo que no sea comprobable y verificable.
5. Ten en cuenta que los cosméticos que dicen ser maravillosos, los mejores, los únicos o los más innovadores, muy probablemente no lo son.

Cuántas veces no has visto en los medios mensajes publicitarios de productos maravilla que te ofrecen el cielo, la luna y las estrellas, "al instante", "a precio único" pero que, a la hora de la hora, son incapaces de cumplir. Aquí te ofrecemos sólo dos ejemplos de los muchos que existen.

Maxi-Curvas

¿Te sientes insegura porque la genética no te dio un cuerpo con las curvas que querías? No sufras por eso, nosotros sí te las damos ¡y sin bisturí! Si lo que quieres es tener el busto una talla más grande o aumentar el tamaño de tus glúteos, tenemos justo lo que estabas buscando: Maxi-Curvas. Este producto totalmente nuevo te ayudará a tener las curvas que la naturaleza te negó. Está comprobado que la avanzada fórmula de Maxi-Curvas da resultados ¡en un mes! Sólo aplica la crema en las zonas que deseas embellecer ¡y listo! Con el cuerpazo que obtendrás, seguro encontrarás al amor de tu vida o, si ya lo tienes, lo conservarás para siempre.

Realidad: Un producto que dice ser "nuevo y maravilloso" podría ser solamente una nueva y maravillosa forma de engañarte. Resulta difícil pensar que para aumentar las proporciones de partes específicas del cuerpo baste con aplicar un producto en la piel, considerando que hasta con el ejercicio y una buena alimentación es difícil lograrlo. Aunque la publicidad de los productos nos sugiera que sí funcionan, antes de consumir debes ser crítico e informarte. Si tienes dudas sobre la veracidad de la publicidad, puedes llamar directamente al proveedor para que te brinde la información que requieras, o bien, marcar al Teléfono del Consumidor para saber cuál ha sido el comportamiento comercial de dicho proveedor.

Maquillaje All-proof

Las actividades cotidianas hacen que el color que adorna tu rostro por la mañana desaparezca por la tarde. Esto no sucede con la exclusiva línea internacional de cosméticos All-proof. Con los productos All-proof ya no hay pretexto para no verse bonita a todas horas, porque son a prueba de t-o-d-o. Si lloras al ver telenovelas o si la lluvia mojó tus pestañas, ¡no te preocupes! Con el rímel All-proof nunca te verás con "ojos de mapache". Podrás comer helado, darle besos a tu novio, sin retoque, porque no se te despintarán los labios, el color siempre estará como recién aplicado durante varios días. Por si fuera poco, científicos europeos comprobaron que usar el rímel All-proof día y noche alarga tus pestañas al doble, en tan sólo dos semanas. Además, con el lipstick All-proof te garantizamos que tendrás labios más suaves, carnosos y sensuales. ¿Qué esperas? ¡Úsalos y sé bella todo el día!

Realidad: Cualquier producto que dice ser "a prueba de todo" o a prueba de lo que sea, tiene que demostrar que realmente lo es. Es importante que los consumidores sepamos que los diálogos, imágenes u otras descripciones que nos induzcan a la confusión o error son publicidad engañosa. Es común que la publicidad maquille la realidad de algunos productos atribuyéndoles cualidades que realmente no tienen o que no pueden probar, razon por la cual **Profeco** sanciona a los proveedores de dichos productos. Asimismo, si los cosméticos que compraste no hacen lo que prometen, entonces denúncialos ante **Profeco** y así evitarás que otros consumidores caigan en esos engaños maquillados.

Estudio de Calidad

Atún: Todo cabe en una latita

Solito, en ensalada, vistiendo una pasta o protagonizando platillos elaborados, al atún lo encontramos hasta en la sopa. Su creciente popularidad no es en vano. Además de ser un alimento versátil, es una excelente fuente de proteínas, vitaminas y minerales. Amén de económico, duradero y de fácil almacenamiento. Visto así, ¿quién puede resistírsele?

Hacen falta dedos en las manos para llevar la cuenta de todas las bondades que caben en una lata de atún. Además de ser una fuente de proteínas con alto valor biológico, vitaminas (A, D, E, B3, B6 y B12) y minerales (potasio, fósforo, magnesio, calcio, hierro y sodio), este tipo de pescado, conocido como azul*, es de fácil digestión; mucho más que el resto de las carnes. Estas características lo convierten en un alimento muy socorrido por los deportistas y quienes se preocupan por su peso, ya que además de todo lo anterior, es bajo en grasas saturadas.

Debido a su empaquetado, ofrece la ventaja de poder consumirse en conserva durante todo el año, pues el medio de cobertura (aceite o agua), a través de un tratamiento térmico, garantiza su inocuidad, a la par que permite que se mantengan, en buena medida, los nutrientes originales. De ahí que no sólo sea una excelente forma de incorporar pescado a nuestra dieta, sino una manera bastante nutritiva de sacarnos de apuros cuando tenemos poco tiempo para hacer una comida.

Su versatilidad es otro atractivo, pues se puede preparar en una ensalada, incorporarlo a pastas y arroces o usarlo como relleno de otros alimentos, como pasteles. Incluso resulta delicioso solito, acompañado de vegetales. Sin mencionar, hasta ahora, que es uno de los productos cárnicos más económicos y disponibles en cualquier parte del mundo. En resumen, el atún tiene todas las ventajas de la carne y ninguno de sus in-

*Checa nuestra sección de **Tips del Chef** de este número para conocer los diferentes tipos de pescado.

ÉNPOLO acomodar

convenientes, pero debes de fijarte en la calidad de las marcas que se ofrecen en el mercado para saber qué es lo que consumes, si corresponde a tus necesidades alimentarias o si cumple con lo declarado en la etiqueta.

Echar luz sobre los productos que ofrecen las diversas marcas es el propósito del estudio que te presentamos a continuación.

El estudio

Analizamos 46 marcas de atún, 37 de ellas de origen mexicano y 9 de procedencia española: 20 en aceite, 19 en agua, 6 en agua con aceite y 1 en escabeche. En cada uno de los productos se revisó lo siguiente:

Etiqueta. Que incluyera toda la información obligatoria:
- Denominación (tipo de pescado)
- Líquido de cobertura
- Identificación de la empresa
- Lista de ingredientes (listados en orden del porcentaje de contenido)
- Peso neto y peso escurrido (masa drenada)
- Lote y fecha de consumo preferente

Defectos que afectan su calidad. Que no presentara materia diferente al pescado, ni olores o sabores objetables persistentes que sean signo de descomposición. Que no tuviera manchas de color diferente al natural del producto, residuos de piel, escamas, espinas, etcétera.

Inocuidad. Se hicieron pruebas para verificar la ausencia de microorganismos que pudieran ocasionar daños a la salud del consumidor.

Medio de cobertura. Que cumpliera con lo declarado en la etiqueta en cuanto al líquido de cobertura (agua, aceite o escabeche).

Presentación declarada. Se verificó que cumpliera con lo dicho en la etiqueta que, según la norma oficial, puede ser:
- Compacto: la proporción de hojuelas o trozos sueltos de atún no debe rebasar el 18% de la masa drenada (después de escurrir).
- En trozos: la proporción de pescado de tamaños inferiores a 1.2 cm no debe rebasar el 30% de la masa drenada.
- Hojuelas: la proporción de trozos de pescado inferiores a 1.2 cm puede ser mayor a 30% de la masa drenada.
- Desmenuzado: puede ser una mezcla de partículas de pescado reducidas a dimensiones uniformes en la cual están separadas y no forman una pasta.

Costo. Aunque no fue criterio para evaluar la calidad, incluimos el costo promedio por 100 gramos de producto después de escurrido (masa drenada).

Atún en agua

$14.70

$9.60

$7.20

$6.80

$6.90

	Marina Azul	Tuny	Nebo	Golden Hills	Ke Precio
Marca, medio de cobertura, presentación, contenido neto (CN) y masa drenada (MD)	Lomo de atún aleta amarilla en agua, light, bajo en grasa, en trozos CN 85 g / MD 80 g	Atún aleta amarilla en agua, light, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 170 g / MD 120 g	Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 170 g / MD 120 g	Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
Contenido neto declarado	✓	✓	✓	✓	✓
Masa drenada declarada	✓	✓	✓	✓	✓
Presentación del producto una vez drenado	✓	✓	✓	✓	✓
Materia extraña	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó
Medio de cobertura	✓	✓	✓	✓	✓
Contenido de soya (% del contenido neto)	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó

$7.70

$9.90

$15.50

$7.00

$6.60

	Herdez	Dolores	Dolores Premium	Hipermart	El Dorado
Marca, medio de cobertura, presentación, contenido neto (CN) y masa drenada (MD)	Lomo de atún aleta amarilla en agua, en trozos CN 170 g / MD 120 g	Atún aleta amarilla en agua, light, en trozos CN 140 g / MD 100 g	Lomo sólido de atún aleta amarilla en agua CN 140 g / MD 108 g	Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g
Información al consumidor	Completa	Completa	No fue posible definir si el producto fue bajo en sodio porque no declara en qué porción	Completa	Completa
Contenido neto declarado	✓	✓	✓	✓	✓
Masa drenada declarada	✓	✓	✓	✓	✓
Presentación del producto una vez drenado	✗	✗	✗	✓	✓
Materia extraña	No presentó	Se encontró producto con espina	No presentó	Se encontró producto con escama, residuos de piel y trozos de vísceras	Se encontró producto con escamas
Medio de cobertura	✓	✓	✓	✓	✓
Contenido de soya (% del contenido neto)	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	**5.1%**

SIMBOLOGÍA | ✓ Cumple lo declarado | ✗ No cumple

	$10.00	$8.50	$8.90	$9.00	$6.80	$6.80
	Dolores	**Great Value**	**Soriana**	**Selecto Brand**	**Ancla**	**Nair**
	Lomo de atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g
	No fue posible definir si el producto fue bajo en sodio porque no declara en qué porción	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
	✓	✓	✓	✓	✓	Se encontró producto hasta con -7.1% del contenido neto declarado
	✓	✓	✓	✓	Se encontró producto hasta con -3.8% de la masa drenada declarada	✓
	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó
	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó

	$7.20	$9.70	$6.50
	Aurrera	**Tuny**	**Chedraui D'Calidad**
	Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado CN 140 g / MD 90 g	Lomo de atún aleta amarilla en agua, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g
	Completa	Completa	Completa
	✓	✓	✓
	✓	✓	Se encontró producto hasta con -4.1% de la masa drenada declarada
	✓	✓	✓
	No presentó	No presentó	No presentó
	✓	✓	✓
	5.7%	**7.0%**	**7.0%**

*Más del 90% del pescado es compacto.

Ficha técnica

PERIODO DEL ESTUDIO
del 28 de octubre al 15 de enero de 2012

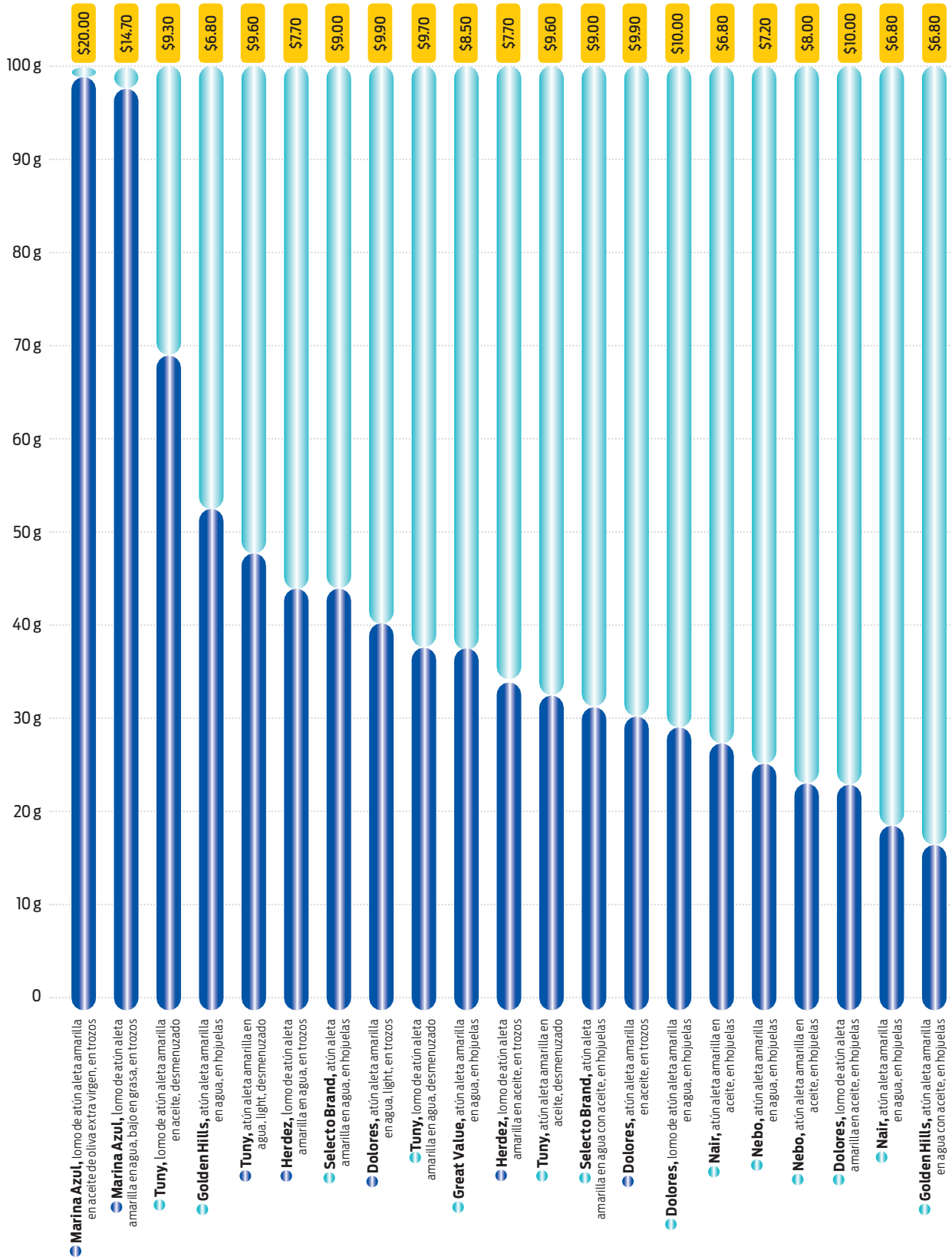
PERIODO DEL MUESTREO
28 de octubre y 17 a 22 de noviembre de 2011

MARCAS ANALIZADAS
46

PRUEBAS REALIZADAS
2853

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por **Profeco** pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

Presentación y costo



Esta gráfica compara lo que el fabricante promete en la etiqueta (checa la bolita de color junto al nombre del producto), contra lo que realmente ofrece (barras de color) y cuánto te cuestan 100 gramos de masa drenada de cada producto. ¿Te fijaste que hay marcas que ofrecen trozos, pero en realidad te están dando hojuelas? Recuerda que "lo barato sale caro". Quizá su precio sea bajo, pero puede ser a costa de la calidad del producto.

Atún en aceite

$40.00

$55.00

$9.60

$9.30

$56.50

Marca, medio de cobertura, presentación, contenido neto (CN) y masa drenada (MD)	Antiqua Selección Atún aleta amarilla en aceite, en trozos CN 180 g / MD 70 g	Vigilante Atún aleta amarilla claro en aceite de oliva, compacto CN 115 g / MD 76 g	Tuny Atún aleta amarilla en aceite, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Tuny Lomo de atún aleta amarilla en aceite, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Palacio de Oriente Atún blanco en aceite de oliva, compacto CN 111 g / MD 72 g
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
Contenido neto declarado	✓	✓	✓	✓	✓
Masa drenada declarada	✓	✓	✓	✓	✓
Presentación del producto una vez drenado	✓*	✓*	✓	✓	✓*
Materia extraña	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	Se encontró producto con espina
Medio de cobertura	✓	✓	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	Dos de tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	✓
Contenido de soya (% del contenido neto)	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó

$10.00

$9.90

$15.50

$33.60

$64.30

Marca, medio de cobertura, presentación, contenido neto (CN) y masa drenada (MD)	Dolores Lomo de atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Dolores Atún aleta amarilla en aceite, en trozos CN 140 g / MD 100 g	Dolores Premium Lomo sólido de atún aleta amarilla en aceite CN 140 g / MD 108 g	La Jira Atún aleta amarilla en aceite de oliva CN 150 g / MD 98 g	La Gitana Atún blanco en aceite de oliva, compacto CN 111 g / MD 72.5 g
Información al consumidor	No fue posible definir si el producto fue bajo en sodio y bajo en grasa porque no declara en qué porción	Completa	No fue posible definir si el producto fue bajo en sodio porque no declara en qué porción	No declara presentación	Completa
Contenido neto declarado	✓	✓	✓	✓	✓
Masa drenada declarada	✓	✓	✓	✓	✓
Presentación del producto una vez drenado	✓	✗	✓	✓*	Se encontró producto hasta con 37.9 % en hojuelas y trozo
Materia extraña	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó
Medio de cobertura	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	Una de tres unidades analizadas tiene más agua que aceite	✓	✓
Contenido de soya (% del contenido neto)	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó

SIMBOLOGÍA | ✓ Cumple lo declarado | ✗ No cumple

$59.30

$20.00

$52.50

$6.80

$7.70

$8.00

Dani	Marina Azul	Cuca	Nair	Herdez	Nebo
Atún claro compacto en aceite de oliva CN 111 g / MD 73 g	Lomo de atún aleta amarilla en aceite de oliva extra virgen, en trozos CN 85 g / MD 80 g	Atún claro en aceite de oliva CN 110 g / MD 80 g	Atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Lomo de atún aleta amarilla en aceite, en trozos CN 170 g / MD 120 g	Atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas CN 170 g / MD 120 g
No declara información nutrimental	Completa	No declara presentación	Completa	Completa	Completa
✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓*	✓	✓*	✓	✗	✓
No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	Se encontró producto con restos de piel
✓	✓	✓	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite
No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó

$40.30

$8.90

$6.60

$6.80

Alba Gourmet	Soriana	El Dorado	Ancla
Atún aleta amarilla en aceite CN 110 g / MD 72 g	Atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en aceite, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g
No declara presentación	Completa	Completa	Completa
Se encontró producto hasta con -7.4% del contenido neto declarado	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓
Se encontró producto con espina	Se encontró producto con restos de vísceras y escama	No presentó	No presentó
✓	Dos de tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite	Las tres unidades analizadas tienen más agua que aceite
No presentó	No presentó	**3.6%**	**7.0%**

*Más del 90% del pescado es compacto.

OMEGA 3: UNO DE SUS ATRACTIVOS

Haz cuentas. De 100 gramos de atún se pueden obtener hasta 24 gramos de proteína. Otra de sus bondades son las pocas grasas que contiene (aprox. 0.6 gramos por porción de 60 gramos de atún al natural y de 6 a 6.5 gramos de grasas por porción en las variedades en aceite), una cantidad nada despreciable. Pero quizá lo más atractivo de este enlatado reside en su alto contenido de ácidos grasos, como el omega 3, que tiene funciones beneficiosas para el organismo, como ayudar a combatir al colesterol "malo" y aportarle energía al organismo sin el riesgo de que termine depositado en las arterias, como pasa con otras grasas animales.

Atún en agua con aceite

	$6.80 Golden Hills	$7.00 Hipermart	$9.00 Selecto Brand	$6.90 Ke Precio	$7.20 Aurrera
Marca, medio de cobertura, presentación, contenido neto (CN) y masa drenada (MD)	Atún aleta amarilla en agua con aceite, en hojuelas CN 170 g / MD 120 g	Atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua con aceite, en hojuelas CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado CN 140 g / MD 90 g
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
Contenido neto declarado	✓	✓	✓	✓	✓
Masa drenada declarada	✓	✓	✓	Se encontró producto hasta con -4.4% de la masa drenada declarada	✓
Presentación del producto una vez drenado	✓	✓	✓	✓	✓
Materia extraña	No presentó	Se encontró producto con escamas	Se encontró producto con trozo de víscera	No presentó	No presentó
Medio de cobertura	✓	✓	✓	✓	✓
Contenido de soya (% del contenido neto)	No presentó	No presentó	No presentó	No presentó	**3.3%**

RECOMENDACIONES

Los enlatados que presenten cualquier signo de alteración, como abombamiento de los botes, óxido, deformaciones en el envase y olor, color o textura desagradable del pescado o marisco, no deben consumirse en ningún caso. Es igual de importante respetar las fechas de consumo preferente.

Te aconsejamos manipular de forma higiénica los alimentos, especialmente las conservas si van a ser consumidas después de varias horas de mantener el producto fuera de su envase y a temperatura ambiente.

Ya que existe una diferencia de precio entre las marcas analizadas –como verás, los importados son más caros–, es importante que revises los resultados para que tomes la mejor decisión de calidad y precio.

Si eres muy cuidadoso con las calorías, prefiere el atún en agua, ya que el aceite aumenta el contenido calórico.

Para obtener una buena alimentación es necesario consumir una variedad de alimentos que nos aporten la cantidad y calidad de nutrientes que requerimos para mantenernos sanos. Un dato esencial: el atún aporta 24 gramos de proteína por cada 100 gramos de producto.

En definitiva, este es un alimento que podemos incorporar fácilmente en la dieta pero, como todo, no hay que abusar. Toma en cuenta la proteína que te aporta una lata y que la ingesta diaria recomendada de este nutrimento para una persona adulta fluctúa entre 50 y 60 gramos*, dependiendo su peso y actividad física. Así que haz tus cuentas y nunca está de más consultar a tu nutriólogo.

El atún aporta **24 gramos** de proteína por cada **100 gramos** de producto

***Fuente:** Información de aporte nutrimental proporcionada por la nutrióloga Aída Fayad.

Atún en escabeche

Marca, medio de cobertura, presentación, contenido neto (CN) y masa drenada (MD)	Chedraui D'Calidad Atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado CN 140 g / MD 100 g	Ortiz El Velero Atún blanco en escabeche, sólido CN 112 g / MD 82 g
	$6.50	$86.00
Información al consumidor	Completa	Completa
Contenido neto declarado	✓	✓
Masa drenada declarada	✓	✓
Presentación del producto una vez drenado	✓	✓*
Materia extraña	No presentó	No presentó
Medio de cobertura	✓	✓
Contenido de soya (% del contenido neto)	7%	No presentó

*Más del 90% del pescado es compacto.

NORMATIVIDAD

Para el presente estudio se emplearon las siguientes normas como referencia:

NOM-002-SCFI-1993
Productos preenvasados. Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación.

NOM-051-SCFI/SSA-2010
Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Información comercial y sanitaria.

NOM-084-SCFI-1994
Información comercial. Especificaciones de información comercial y sanitaria para productos de atún y bonita preenvasados.

NMX-F-220-1982
Productos alimenticios para uso humano-pesca-atún y pescados similares en aceite enlatados.

NOM-130-SSA1-1995
Alimentos envasados en recipientes de cierre hermético sometidos a tratamiento térmico. Disposiciones y especificaciones sanitarias.

Lo que encontramos

1 Pues resulta que no todos los productos cumplen con lo que declaran. En la revisión del contenido neto y de la masa drenada (la cantidad de pescado sin líquido de cobertura), encontramos que estas marcas contenían menos de lo que ostentaban:

- Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas, marca Nair: hasta 7.1% menos de contenido neto.
- Atún aleta amarilla en aceite, marca Alba Gourmet: hasta 7.4% menos de contenido neto.
- Atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado, de la marca Ke Precio: hasta 4.4% menos de masa drenada.
- Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado, marca Chedraui D'Calidad: hasta 4.1% menos de masa drenada.
- Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado, marca Ancla, tuvo hasta 3.8% menos de masa drenada.

2 Todas las marcas agregan sal y varias añaden extractos vegetales de soya, que se utilizan en el medio de cobertura para dar sabor al producto y evitar que la carne del pescado se deshidrate durante el proceso de esterilización.

3 Otras marcas sustituyen cierta cantidad de pescado por soya texturizada, la cual forma parte del producto después de escurrido, cosa que no todas indican en la etiqueta. La cantidad adicionada varía dependiendo de la marca. De los 46 productos analizados, en los siguientes ocho se encontró soya:

- Atún aleta amarilla en aceite, desmenuzado, Ancla; atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado, Chedraui D'Calidad; atún aleta amarilla en agua, desmenuzado, Chedraui D'Calidad, y lomo de atún aleta amarilla en agua, desmenuzado, marca Tuny, adicionan 7% de soya cada uno.
- Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado, Aurrera, adiciona 5.7% de soya.
- Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas, El Dorado, adiciona 5.1% de soya.
- Atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas, El Dorado, adiciona 3.6% de soya.
- Atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado, Aurrera, adiciona 3.3% de soya.

4 Varios productos no cumplen con la presentación declarada. Se dicen compactos o en trozos, pero contienen más partículas pequeñas de lo que permite la norma para usar tales denominaciones. Es el caso de estas marcas:

- Atún blanco en aceite de oliva, compacto, La Gitana, presentó producto hasta con 38% de hojuelas y trozos (para los compactos este porcentaje, según la norma, no debe rebasar el 18% de la masa drenada).
- Lomo sólido de atún aleta amarilla en agua, Dolores Premium, en donde se encontró producto hasta con 37% de hojuelas y trozos.
- Atún aleta amarilla en aceite, en trozos, Dolores, en donde se encontró producto hasta con 70% de hojuelas (la norma indica que en esta presentación no debe rebasar el 30%).
- Lomo de atún aleta amarilla en aceite, en trozos, Herdez, en el que se encontró producto hasta con 66% de hojuelas.
- Atún aleta amarilla en agua, light, en trozos, Dolores, producto hasta con 60% de hojuelas.
- Lomo de atún aleta amarilla en agua, en trozos, Herdez, presentó producto hasta con 57% de hojuelas.

5 En las siguientes marcas se detectó presencia de materia extraña (trozo de víscera, escamas, piel, espinas, etcétera), lo que deteriora la calidad del producto. En las tablas encontrarás especificado lo que se encontró en cada uno.

- Atún aleta amarilla en aceite, Alba Gourmet.
- Atún aleta amarilla en agua con aceite, en hojuelas, Selecto Brand.
- Atún blanco en aceite de oliva, compacto, Palacio de Oriente.
- Atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas, Nebo.
- Atún aleta amarilla en agua, desmenuzado, Hipermart.
- Atún aleta amarilla en aceite, en hojuelas, Soriana.
- Atún aleta amarilla en agua con aceite, desmenuzado, Hipermart.
- Atún aleta amarilla en agua, light, en trozos, Dolores.
- Atún aleta amarilla en agua, en hojuelas, El Dorado.

6 En cuanto al etiquetado, encontramos marcas que no declaran la presentación del producto, tabla nutrimental o tamaño de la porción sobre la cual le atribuyen su contenido nutrimental. Chécalo en las tablas.

7 En muchas marcas que declaran aceite como medio de cobertura, encontramos que contienen más agua, independientemente de que el pescado, por naturaleza, contiene agua que puede ser liberada el momento de la cocción y sumarse al líquido de cobertura. En las tablas te mostramos cuáles presentan esta situación.

8 Todas las muestras, afortunadamente, se hallaron en correcto estado sanitario, lo cual indica que fueron elaboradas bajo buenas prácticas de manufactura y su consumo no representa un riesgo para tu salud.

El Laboratorio Profeco

Además de los estudios de calidad, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor (LNPC) se encarga de verificar la seguridad de una amplia gama de productos, sometiéndolos a diversas pruebas de resistencia y desempeño, o verificando el contenido y composición de productos químicos y comestibles, revisando en todos los casos que se cumpla con la normatividad oficial vigente. Gracias a su competencia técnica, avalada por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y su nombramiento como Laboratorio Tercero Autorizado por Cofepris, realiza licitaciones de proveedores para el gobierno federal. También se encuentra certificado en la norma NMX-EC-17025-IMNC-2006 y acreditado en la NMX-CC-9001-IMNC-2008, estándares que dan validez internacional a los resultados de sus análisis.

¿Y LOS DELFINES?

Como probablemente has observado, la mayoría de las marcas de atún que se comercializan en el mercado nacional contiene en la etiqueta el símbolo de un delfín. ¿Sabes lo que significa? Resulta que los cardúmenes de atunes de aleta amarilla en el Pacífico Oriental, por razones aún desconocidas, se reúnen y nadan justo debajo de grandes grupos de delfines. El método tradicional de la pesca atunera usa grandes redes circulares que atrapan indistintamente atunes y delfines. Según datos de UNCTAD, 6 millones de delfines han muerto desde 1956 de esta manera. Por tal motivo, en 1991, Estados Unidos detuvo las importaciones de atún mexicano, argumentando que las técnicas usadas en la pesca dañan a la población de delfines. Los consumidores estadunidenses presionaron para que se creara la etiqueta "Dolphin Safe", adoptada por las principales compañías atuneras. La discusión internacional y búsqueda de acuerdos sigue para asegurar la protección de los delfines mediante la modificación del método de pesca. Mientras tanto, los productores atuneros –extranjeros o locales– tienen la opción de etiquetar sus productos que cumplan los estándares estadunidenses de protección al delfín, lo cual se simboliza con el referido símbolo del mamífero marino.

ESTUDIO DE CALIDAD:
PAPEL HIGIÉNICO
Rol

lo mata carita (y cartera)

¿Sabes en qué detalles fijarte para elegir el papel higiénico que mejor se adapte a tus necesidades y presupuesto? Piénsalo antes de responder: su precio comercial no necesariamente expresa la inversión que, a la larga, terminarás desembolsando. Entonces, ¿en qué debes fijarte? El presente estudio de calidad, realizado a 62 modelos de las 30 principales marcas, te dará un "norte" para que, entre tanto rollo, no termines empapelado y tomes la mejor decisión para tu confort (y bolsillo).

FICHA TÉCNICA

PERIODO DEL ANÁLISIS
del 3 de noviembre
al 12 de diciembre de 2011

PERIODO DEL MUESTREO
del 3 de noviembre
al 8 de noviembre de 2011

MARCAS Y MODELOS ANALIZADOS
30 / 62

TOTAL DE PRUEBAS Y ENSAYOS
4588

Sin tanto rollo: ¿en qué te fijas cuando compras papel higiénico? Tal y como sucede con otros productos, es fácil sentirse perdido entre la innumerable gama de marcas, modelos y presentaciones que encontramos en los anaqueles de un supermercado. ¿Con aroma o sin aroma? ¿De doble, triple o hasta cuádruple hoja? ¿Liso o con grabados? ¿Por rollo individual o en paquetes de cuatro, seis, doce o más piezas? ¿En tamaño normal o jumbo? Incluso, si lo queremos seco –su presentación tradicional–, o humectado, como las toallitas para bebé.

Seguramente, más de un consumidor ha enloquecido ante tantas opciones. O peor aún: ha terminado eligiendo uno, prácticamente, al azar; basando su criterio de compra en una campaña publicitaria –algunas, aceptémoslo, bastante ingeniosas–, en su precio comercial o en las infinitas bondades que prometen los empaques (y que en la vida real pasan desapercibidas). Todas estas características, o "añadidos", no necesariamente reflejan la calidad del producto; incluso, en muchas ocasiones merman su desempeño.

Para saber en qué fijarte al momento de elegir un rollo de papel sanitario, pon atención a los rubros evaluados durante el presente estudio de calidad. Te darás cuenta de que, muchos de ellos, no son lo que tú y tu familia realmente buscan en un producto tan indispensable.

EL ESTUDIO

Para averiguar cuál es el papel higiénico que te ofrece mayores beneficios, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor examinó 62 modelos de las 30 principales marcas que se comercializan en tiendas de autoservicio en todo el país. Para su realización, el estudio de calidad contempló la amplísima gama de presentaciones que podemos encontrar en los anaqueles; con grabados o dibujos y lisos, con o sin aroma, adicionados con protectores de la piel y sin ellos, y en sus tamaños normal y jumbo.

¿EN QUÉ NOS FIJAMOS?

En total, nuestro Laboratorio evaluó ocho aspectos fundamentales para determinar su calidad. Cada rubro tiene su razón de ser: representa un criterio útil de compra que conviene tener en mente al momento de adquirir uno de estos productos. Recuerda que, aunque el precio es importante, muchas veces "lo barato sale caro".

1 **Información al consumidor.** Como cualquier otro producto en anaqueles, el etiquetado del papel sanitario debe presentar toda la información que marca la normatividad vigente; sin importar si se vende por rollo individual o en paquete. La información, como cabe esperar, debe estar en español e incluir, como mínimo, los siguientes datos: denominación del producto, símbolo, nombre o marca comercial del fabricante, tipo, contenido neto, país de origen, nombre, denominación o razón social, y domicilio fiscal del fabricante o importador. Éste fue el primer punto que calificó nuestro Laboratorio.

2 **Acabados.** Las líneas de corte que dividen una hoja de otra son fundamentales para determinar la calidad de un papel higiénico. Si no abarcan todo el ancho de la hoja, o si se encuentran desfasadas unas de otras –en el caso de los papeles con hojas doble, triple e, incluso, cuádruple–, se provocan cortes desiguales que, a la larga, nos hacen desperdiciar papel y, por ende, gastar innecesariamente. Por ello, el Laboratorio revisó que las líneas de corte estuvieran correctamente dispuestas; también, que la calidad del rollo de papel fuera uniforme en todo su contenido, sin presentar manchas, perforaciones, pliegues, faltantes o sobrantes de material, desgarres o, incluso, mal olor.

3 **Contenido neto y dimensiones.** En el mismo tenor de verificar que las marcas ofrezcan aque-

llo que prometen, se verificó que el ancho y largo de la hoja, así como la longitud total de los rollos, cumplieran con lo especificado en su empaque.

4 **Determinación de la masa base o gramaje (g/m²).** El gramaje es una medida utilizada entre el gremio papelero para indicar el grosor o cuerpo de un papel. Alude al peso –expresado en gramos– que posee un metro cuadrado de material. Mientras el papel para fotocopiadora tiene un gramaje de 75 gramos, el papel de baño oscila entre los 12 y 30. Para el presente estudio se calculó el gramaje con el fin de determinar la densidad de las hojas. En el caso de los papeles de doble, triple y cuádruple hoja, se reportó el valor promedio de las mediciones realizadas a una hoja por separado.

5 **Prueba de desintegración.** El inodoro es uno de los destinos más frecuentes para el papel de baño usado. De ahí que sea importante para nuestro Laboratorio evaluar cuánto tiempo tarda una hoja de papel en desintegrarse al estar inmersa en agua y expuesta a una agitación mecánica constante, tal y como ocurriría al jalar la palanca de un váter. Un papel que no se desintegre con celeridad puede convertirse en una auténtica amenaza para las cañerías estrechas, corriendo el riesgo de obstruirlas.

6 **Blancura.** ¿Has notado que el color blanco en los productos está asociado generalmente a la limpieza? Con la ayuda de un equipo de espectrometría de color, se determinó la brillantez –es decir, la blancura– de los rollos que fueron evaluados. En el caso de aquellos que fueran de un color distinto al blanco (marcados con *), se examinó su cara interna, la cual es blanca.

7 **Resistencia en seco y en húmedo.** En el mundo de la Física, la resistencia mecánica se define como "la capacidad de los cuerpos para resistir las fuerzas aplicadas sin romperse". Un concepto imprescindible cuando hablamos de calidad en papel higiénico. Como parte del estudio, se cuantificó la resistencia a la tensión, aplicada tanto de manera longitudinal (a lo largo), como transversal (a lo ancho). En los resultados se reporta el promedio de la fuerza necesaria para romperlo, estando el papel seco. La resistencia en húmedo se establece cuantificando la cantidad de agua que puede absorber el producto antes de que una fuerza aplicada en el centro geométrico de la hoja la perfore.

8 **Resistencia en la línea de corte.** Además de constatar visualmente que la línea de corte atravesara todo el ancho de la hoja, nuestro Laboratorio concluyó cuánta fuerza debía aplicarse para desprender del rollo una cantidad de hojas dada. Esta prueba es importante porque, si la resistencia a desprenderse es muy alta, puede rasgar el papel, haciéndonos gastar más del necesario; si es muy baja existe la posibilidad de que se rompa al darle uso, ensuciándonos.

LAS TRES R

RECICLAR: PAPEL DE BAÑO... ¿USADO?

La pregunta de los 64 millones: ¿el papel higiénico reciclado está hecho de papel higiénico usado? La respuesta es no. Por cuestiones de salud, esta clase de productos, y otros –como pañales, pañuelos desechables y toallas sanitarias–, no pueden ser reciclados ni reutilizados.

La industria dedicada a la confección de papel sanitario utiliza, en la enorme mayoría de los casos, "pulpa virgen" para su fabricación. Son realmente pocas las marcas que alrededor del mundo utilizan pulpa reciclada; pulpa que, no huelga decir, proviene del papel que usamos para tareas y en oficinas.

¿Por qué la mayoría de las empresas utiliza pulpa virgen? La pulpa reciclada, aunque es más amigable con el medio ambiente porque evita la tala de más árboles y el uso excesivo de agua para su transformación, no produce la suavidad que muchos consumidores buscan en estos productos.

REDUCIR: CONSUMO INTELIGENTE, CONSUMO VERDE

Es prácticamente imposible renunciar al uso de papel higiénico. Sin embargo, podemos moderar su uso, beneficiando no sólo a nuestro bolsillo, sino también al planeta. Un papel sin defectos en su línea de corte, que logre disolverse rápidamente en el agua y que no esté "coloreado", es la mejor opción para un consumo responsable.

Si la línea de corte nos permite desprender sólo el papel que necesitamos, lograremos reducir significativamente la cantidad de rollos que usamos en un año. De igual forma, si logra disolverse con facilidad, podremos desecharlo en la taza, evitando que el papel sucio termine en basureros al aire libre donde, al secarse las heces fecales, amibas y otros parásitos intestinales pueden volar al medio ambiente.

REUTILIZAR: EL SECRETO ESTÁ EN LA PULPA

Es imposible reutilizar el papel de baño. Sin embargo, existen otras formas de contribuir a la disminución de la cantidad de pulpa virgen que requiere la industria del papel, a la cual el sanitario pertenece. Reutilizar hojas de papel para las labores académicas o del trabajo es un primer paso. Puede parecer que es un esfuerzo mínimo; sin embargo, es una forma de abatir la cultura del gasto y el desperdicio para sustituirla por la del ahorro y consumo inteligente.

PAPEL HIGIÉNICO

SIMBOLOGÍA | E=Excelente | MB=Muy bueno | B=Bueno | R=Regular | D=Deficiente | ✓ Sin defectos | N.I.=No hay info.

Fallas encontradas en acabados:

Críticos
a) Fuera de dimensiones
b) Empalmes en el enrollado por cortes de la tira
c) Olor del papel diferente al papel

Mayores
d) Falta de perforaciones de corte (cuando aplique)
e) Desfasamiento

Menores
f) Cilindro deformado o roto
g) Precorte incompleto
h) Cortes con rebabas
i) Irregularidad en el bobinado
j) Cortes incompletos
k) Rasgado en las perforaciones
l) Falta de material

Marca / Denominación del producto / No. de hojas y tipo	Evaluación global	Acabados	Largo X ancho (cm) / Diámetro del rollo (cm)	Contenido neto		Gramaje por hoja sencilla (g/m²)	Tiempo de desintegración (g/m²)	Blancura	Tracción en el sentido de la máquina	Tracción en sentido transversal	Resistencia en la línea de corte	Resistencia en húmedo	Diseño de la hoja	Precio ($)	
				Indicado (m)	Verificado (m)									Precio por rollo	Precio por gramo de papel
Kleenex Brand Cottonelle Spa Flor de cerezo, extracto de algodón con aloe / 192 hojas dobles	MB	✓	9.5 X 9.9 / 11.2	18.20	18.21	21.0	E	MB	B	B	E	B	1	$3.67	$0.05
Kleenex Brand Cottonelle Elegance, grabado exclusivo, jumbo / 360 hojas dobles	MB	✓	9.5 X 11.4 / 12.1	34.20	33.85	18.3	E	E	B	B	MB	B	1	$5.70	$0.04
D'Calidad Chedraui Rollos gigantes / 455 hojas dobles	MB	✓	8.5 X 10.0 / 12.0	38.70	38.87	14.0	E	MB	B	B	MB	B	2	$1.83	$0.02
Great Value Deco, jumbo / 377 hojas dobles	MB	✓	8.8 X 10 / 11.6	33.18	33.85	15.0	E	MB	B	B	MB	B	2	$11.18	$0.12
D'Calidad Chedraui Decorado / 200 hojas dobles	MB	✓	9.5 X 9.5 / 10.9	19.00	19.02	14.7	E	B	B	B	MB	B	4	$2.15	$0.04
Kleenex Brand Cottonelle línea dorada, extracto de algodón con aloe / 192 hojas dobles	MB	j	9.5 X 9.9 / 11.4	18.20	18.24	21.3	E	MB	B	B	MB	B	1	$3.49	$0.05

Diseño de la hoja:

1. Diseño liso con gofrado.

2. Grabado con gofrado.

3. Grabado con gofrado, hoja superior de color.

4. Dibujo en tinta con gofrado.

5. Dibujo en tinta con gofrado, hoja superior de color.

6. Grabado con gofrado, 1ra y 2da hoja de color.

Suavel Navidad, con aroma / 200 hojas dobles	✓	9.5 X 9.5 / 11.6	19.00	18.80	15.7	E	E*	B	B	MB	B	3	$1.73	$0.03
Great Value Confort / 500 hojas dobles	j	9.0 X 9.8 / 12.5	45.00	45.56	16.3	E	E	B	B	B	B	2	$7.08	$0.05
Soriana Suave, con aroma / 200 hojas dobles	✓	9.5 X 9.5 / 10.4	19.00	19.12	15.4	E	B	B	B	B	B	4	$2.16	$0.04
Cariñitos Manzanilla / 400 hojas dobles	i l	10.1 X 9.7 / 11.1	40.40	40.37	14.8	E	MB	B	B	MB	B	1	$4.70	$0.04
Elite Doble hoja con aloe vera / 375 hojas dobles	✓	8.8 X 9.7 / 13.0	33.00	32.42	15.6	E	B	B	B	MB	B	1	$4.98	$0.05
Kleenex Brand Cottonelle Spa Calming, extracto de algodón con aloe / 192 hojas dobles	f j	9.5 X 9.9 / 11.3	18.20	18.25	21.1	E	MB	B	B	MB	B	1	$3.06	$0.04
Pétalo Ultra suave, jumbo / 300 hojas dobles	f h j l	9.5 X 9.9 / 11.5	28.50	28.51	16.4	E	MB	B	B	E	B	1	$5.50	$0.06
Elite Color / 204 hojas dobles	✓	9.5 X 9.7 / 11.0	19.40	19.42	16.1	MB	B	B	B	MB	B	4	$1.98	$0.03

PAPEL HIGIÉNICO
(CONTINUACIÓN)

SIMBOLOGÍA | E=Excelente | MB=Muy bueno | B=Bueno | R=Regular | D=Deficiente | ✓ Sin defectos | N.I.=No hay info.

Evaluación global

Fallas encontradas en acabados:

Críticos
a) Fuera de dimensiones
b) Empalmes en el enrollado por cortes de la tira
c) Olor del papel diferente al papel

Mayores
d) Falta de perforaciones de corte (cuando aplique)
e) Desfasamiento

Menores
f) Cilindro deformado o roto
g) Precorte incompleto
h) Cortes con rebabas
i) Irregularidad en el bobinado
j) Cortes incompletos
k) Rasgado en las perforaciones
l) Falta de material

Marca / denominación del producto / No. de hojas y tipo	Evaluación global	Acabados	Largo X ancho (cm) / Diámetro del rollo (cm)	Contenido neto		Gramaje por hoja sencilla (g/m²)	Tiempo de desintegración (g/m²)	Blancura	Tracción en el sentido de la máquina	Tracción en sentido transversal	Resistencia en la línea de corte	Resistencia en húmedo	Diseño de la hoja	Precio ($)	
				Indicado (m)	Verificado (m)									Precio por rollo	Precio por gramo de papel
Golden Hills Aroma fresh / 200 hojas dobles / No indica país	MB	✓	9.7 X 9.5 / 10.4	19.40	19.25	15.2	E	MB	B	B	B	B	2	$2.88	$0.05
Golden Hills 400 hojas dobles	MB	i	9.0 X 9.5 / 12.9	36.70	36.10	15.4	E	MB	MB	MB	R	B	2	$4.41	$0.04
Kleenex Brand Mega jumbo / 455 hojas dobles	MB	j	8.8 X 9.9 / 12.0	40.00	39.88	14.7	E	MB	B	B	MB	B	1	$5.20	$0.04
Lovly Para mamás inteligentes / 350 hojas dobles	MB	✓	9.0 X 9.5 / 10.9	31.50	31.74	13.3	MB	B	B	B	MB	B	4	$3.32	$0.04
Pétalo Ultra resistente, jumbo, con extracto de manzanilla / 360 hojas dobles	MB	l	9.5 X 9.9 / 11.5	34.20	33.52	14.4	E	MB	B	B	MB	B	4	$5.09	$0.05
Pétalo Rendimax, con extracto de manzanilla / 500 hojas dobles	MB	l	8.8 X 9.9 / 12.5	44.00	43.58	14.8	E	MB	B	B	MB	B	1	$5.35	$0.04

	d	i													
Premier Mega roll / 455 hojas dobles			8.5 X 10.1 / 13.6	37.70	38.83	16.2	MB	B	MB	E	B	B	1	$5.30	$0.04
Regio R3 con anti-bacterial / 260 hojas triples		✓	10.1 X 10.1 / 11.3	26.02	26.37	15.6	MB	B	MB	E	R	B	2	$6.33	$0.05

Diseño de la hoja:

1. Diseño liso con gofrado.
2. Grabado con gofrado.
3. Grabado con gofrado, hoja superior de color.
4. Dibujo en tinta con gofrado.
5. Dibujo en tinta con gofrado, hoja superior de color.
6. Grabado con gofrado, 1ra y 2da hoja de color.

NORMATIVIDAD

Para la realización del presente estudio se tomaron como referencia las siguientes normas:

NMX-N-092-SCFI-2008
Industrias de la celulosa y papel – Papeles crepados (tissue) para mercado institucional (higiénico, pañuelo facial, servilleta y toalla) – Especificaciones y métodos de prueba.

NOM-008-SCFI-2002
Sistema general de unidades de medida.

NOM-002-SCFI-1993
Productos preenvasados - Contenido neto, tolerancias y métodos de verificación.

NOM-030-SCFI-2006
Información comercial - Declaración de cantidad en la etiqueta - Especificaciones.

NOM-050-SCFI-2004
Información comercial - Disposiciones generales para productos.

NMX-N-001-SCFI-2011
Industrias de celulosa y papel – Determinación del gramaje o peso base del papel, cartoncillo y cartón (peso por unidad de área) – Método de prueba.

NMX-N-004-SCFI-2011
Industrias de celulosa y papel – Determinación de brillantez o reflectancia direccional a 457 nm ("blancura") de papeles y cartones – Método de prueba.

NMX-N-047-SCFI-2007
Industrias de celulosa y papel – Determinación de las propiedades de tensión de papel y cartón (usando un aparato de velocidad constante de elongación) – Método de prueba.

NMX-N-055-SCFI-2007
Industrias de celulosa y papel – Determinación de la absorbencia de agua en papeles absorbentes – Método de prueba.

NMX-AG-001-IMNC-1999
Papel bond offset blanco 75 g/m^2 en extendido para impresión offset de libros y revistas – Especificaciones.

NMX-Q-023-1982
(Obsoleta y fuera de uso), Productos para uso doméstico industrial del papel - Papel sanitario o higiénico – Especificaciones.

NMX-EE-67-1979
Envase y embalaje – Papel y cartón – Acondicionamiento.

Especificación TAPPI T 494 om-96
"Tensile properties of paper and paperboard".

Especificación TAPPI T 452 om-98
"Brightness of pulp, paper, and paper board".

Metodologías internas de prueba desarrolladas por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

PAPEL HIGIÉNICO

SIMBOLOGÍA | E=Excelente | MB=Muy bueno | B=Bueno | R=Regular | D=Deficiente | ✓ Sin defectos | N.I.=No hay info.

Fallas encontradas en acabados:

Críticos
a) Fuera de dimensiones
b) Empalmes en el enrollado por cortes de la tira
c) Olor del papel diferente al papel

Mayores
d) Falta de perforaciones de corte (cuando aplique)
e) Desfasamiento

Menores
f) Cilindro deformado o roto
g) Precorte incompleto
h) Cortes con rebabas
i) Irregularidad en el bobinado
j) Cortes incompletos
k) Rasgado en las perforaciones
l) Falta de material

Evaluación global	Marca / Denominación del producto / No. de hojas y tipo	Acabados	Largo X ancho (cm) / Diámetro del rollo (cm)	Contenido neto		Gramaje por hoja sencilla (g/m²)	Tiempo de desintegración (g/m²)	Blancura	Tracción en el sentido de la máquina	Tracción en sentido transversal	Resistencia en la línea de corte	Resistencia en húmedo	Diseño de la hoja	Precio ($)	
				Indicado (m)	Verificado (m)									Precio por rollo	Precio por gramo de papel
B	**Golden Hills** Selection Premium / 400 hojas dobles	l	9.4 X 10.8 / 11.5	37.60	37.58	16.3	E	E	B	D	E	B	2	$6.74	$0.05
	Jubilee Soft, flower design / 180 hojas dobles	✓	10.2 X 10.8 / 11.0	18.36	18.00	24.3	E	E	B	D	MB	B	2	$3.90	$0.07
	Kleenex Brand Cottonelle con vitamina E / 300 hojas dobles	l	9.5 X 10.9 / 11.5	28.50	28.14	18.1	E	E	B	B	B	B	2	$6.37	$0.06
	Pro Natura Opción verde / 500 hojas dobles	f l	9.5 X 10.1 / 12.2	52.03	52.62	14.3	E	MB	B	B	B	B	2	$6.91	$0.05
	Regio R3 / 160 hojas triples	✓	10.1 X 10.1 / 10.0	16.02	16.23	14.1	MB	MB	MB	B	R	B	2	$3.55	$0.05
	Regio Rinde + / 377 hojas dobles	b h j	8.5 X 10.1 / 12.3	32.04	32.31	14.7	E	MB	B	B	MB	B	2	$4.23	$0.05

Diseño de la hoja:

1. Diseño liso con gofrado.

2. Grabado con gofrado.

3. Grabado con gofrado, hoja superior de color.

4. Dibujo en tinta con gofrado.

5. Dibujo en tinta con gofrado, hoja superior de color.

6. Grabado con gofrado, 1ra y 2da hoja de color.

Lys Jumbo / 300 hojas dobles	l	9.0 X 9.0 / 10.5	27.00	26.79	15.7	E	MB	B	B	B	B	1	$3.21	$0.04
Pétalo Ultra Care, jumbo, con aloe / 300 hojas dobles	h j k	9.5 X 9.9 / 12.3	28.50	28.67	17.3	E	B	B	B	MB	B	1	$3.88	$0.04
Renova Royal 4 plis capas, folhas ply, sin perfume / 140 hojas cuádruples	✓	N.I. / 11.4	N.I.	16.08	16.0	MB	E	E	E	R	MB	2	$7.77	$0.08
D'Calidad Chedraui / 176 hojas dobles	✓	10.4 X 9.0 / 9.5	18.30	18.23	14.7	MB	B	B	B	MB	B	1	$4.29	$0.09
D'Calidad Chedraui Premium / 400 hojas dobles	i j	10 X 11.4 / 10.3	40.00	39.93	16.9	E	E	B	B	B	B	1	$2.13	$0.01
Elite Ultra, aroma vainilla / 300 hojas dobles	l	8.8 X 10.1 / 11.4	26.40	25.97	14.0	E	E	B	D	MB	B	2	$4.42	$0.06
Golden Hills Aroma fresh / 400 hojas dobles	i	9.5 X 9.4 / 12.2	37.60	37.60	14.4	MB	MB	B	B	B	B	4	$4.74	$0.05

Recibe mensualmente en tu correo electrónico la Tecnología Doméstica, el Platillo Sabio, nuestros estudios de calidad y los precios del gas. Comunícate al Teléfono del Consumidor para suscribirte sin costo alguno. Llama al 5568 8722 desde el DF y área metropolitana, o el 01 800 468 8722 desde el resto del país.

PAPEL HIGIÉNICO
(CONTINUACIÓN)

B
Evaluación global

SIMBOLOGÍA | E=Excelente | MB=Muy bueno | B=Bueno | R=Regular | D=Deficiente | ✓ Sin defectos | N.I.=No hay info.

Fallas encontradas en acabados:

Críticos
a) Fuera de dimensiones
b) Empalmes en el enrollado por cortes de la tira
c) Olor del papel diferente al papel

Mayores
d) Falta de perforaciones de corte (cuando aplique)
e) Desfasamiento

Menores
f) Cilindro deformado o roto
g) Precorte incompleto
h) Cortes con rebabas
i) Irregularidad en el bobinado
j) Cortes incompletos
k) Rasgado en las perforaciones
l) Falta de material

Marca / Denominación del producto / No. de hojas y tipo	Acabados	Largo X ancho (cm) / Diámetro del rollo (cm)	Contenido neto		Gramaje por hoja sencilla (g/m²)	Tiempo de desintegración (g/m²)	Blancura	Tracción en el sentido de la máquina	Tracción en sentido transversal	Resistencia en la línea de corte	Resistencia en húmedo	Diseño de la hoja	Precio ($)	
			Indicado (m)	Verificado (m)									Precio por rollo	Precio por gramo de papel
Member's Mark Con envoltura individual, abre fácil / 400 hojas dobles	e i k	10.2 X 11.4 / 11.6	40.80	40.28	15.8	E	E	B	B	B	B	2	$7.00	$0.05
Regio R3 con manzanilla / 260 hojas triples	✓	10.1 X 10.1 / 11.6	26.26	26.46	14.3	MB	MB	B	B	R	B	2	$6.06	$0.05
Hortensia Supreme con aroma a manzanilla, maxi rollo / 376 hojas dobles	d	9.0 X 9.5 / 12.3	33.80	33.60	14.1	E	MB	B	B	B	B	2	$3.90	$0.04
White Cloud Cashmere / 200 hojas dobles	✓	9.5 X 9.9 / 10.0	19.00	20.20	15.1	MB	E	B	D	B	B	2	$3.56	$0.06
Hipermart 185 hojas dobles	✓	9.0 X 9.0 / 10.0	16.60	16.83	14.3	MB	E	B	B	R	B	2	$1.83	$0.04
Ke Precio Jumbo / 400 hojas dobles	i l	9.0 X 9.5 / 11.9	36.00	35.86	13.1	E	B	B	B	B	B	1	$3.99	$0.04

Diseño de la hoja:

1. Diseño liso con gofrado.

2. Grabado con gofrado.

3. Grabado con gofrado, hoja superior de color.

4. Dibujo en tinta con gofrado.

5. Dibujo en tinta con gofrado, hoja superior de color.

6. Grabado con gofrado, 1ra y 2da hoja de color.

	Ke Precio 160 hojas dobles	d	9.0 X 9.1 / 10.2	14.40	14.30	14.1	E	B	B	B	B	B	1	$1.66	$0.04
	Suavel Con aroma / 200 hojas dobles	d k l	9.5 X 9.5 / 11.0	19.00	18.89	15.4	E	E*	B	B	B	B	5	$2.00	$0.04
	Kirkland Signature / 425 hojas dobles	✓	N.I. / 10.5	N.I.	42.62	16.0	E	E	B	B	MB	B	2	$6.79	$0.04
	Lady Emotions, con aroma / 220 hojas dobles	d	10.4 X 10.1 / 12.2	20.80	22.86	15.6	E	E*	B	D	R	B	5	$3.52	$0.05
	Renova Deco 4 plis capa, folhas ply / 140 hojas cuádruples	f	N.I. / 11.0	N.I.	16.04	16.1	B	E	E	E	B	MB	4	$8.00	$0.08
	Renova Lotion skin care / 140 hojas triples	✓	N.I. / 10.0	N.I.	16.03	16.4	MB	E	E	MB	B	B	1	$5.54	$0.07
	Vogue Mega jumbo, con aroma a manzanilla / 455 hojas dobles	i k l	8.8 X 10.1 / 12.2	40.00	40.46	15.0	MB	B	MB	B	B	B	1	$5.39	$0.05

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por **Profeco** pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

PAPEL HIGIÉNICO
(CONTINUACIÓN)

SIMBOLOGÍA | E=Excelente | MB=Muy bueno | B=Bueno | R=Regular | D=Deficiente | ✓ Sin defectos | N.I.=No hay info.

Fallas encontradas en acabados:

Críticos
a) Fuera de dimensiones
b) Empalmes en el enrollado por cortes de la tira
c) Olor del papel diferente al papel

Mayores
d) Falta de perforaciones de corte (cuando aplique)
e) Desfasamiento

Menores
f) Cilindro deformado o roto
g) Precorte incompleto
h) Cortes con rebabas
i) Irregularidad en el bobinado
j) Cortes incompletos
k) Rasgado en las perforaciones
l) Falta de material

Marca / Denominación del producto / No. de hojas y tipo	B Evaluación global	Acabados	Largo X ancho (cm) / Diámetro del rollo (cm)	Contenido neto		Gramaje por hoja sencilla (g/m²)	Tiempo de desintegración (g/m²)	Blancura	Tracción en el sentido de la máquina	Tracción en sentido transversal	Resistencia en la línea de corte	Resistencia en húmedo	Diseño de la hoja	Precio ($)	
				Indicado (m)	Verificado (m)									Precio por rollo	Precio por gramo de papel
Charmin Premium / 216 hojas dobles		i	9.5 X 10.0 / 12.5	20.50	20.63	19.7	D	MB	B	B	B	E	2	$6.22	$0.08
Lady Emotions Sin aroma / 300 hojas dobles		d k	10.4 X 10.1 / 12.3	31.20	30.63	14.7	E	E	B	D	B	B	2	$5.13	$0.05
Delsey Max jumbo / 377 hojas dobles		b g l	8.8 X 10.1 / 12.4	32.20	32.58	15.8	E	B	MB	D	R	B	1	$3.59	$0.03
Big Regio R3 / 330 hojas triples		b l	10.1 X 10.1 / 13.0	33.03	33.69	14.2	MB	MB	B	B	R	B	2	$8.25	$0.06
Great Value Premium / 400 hojas dobles		a b h	9.4 X 10.7 / 11.5	37.60	37.08	16.1	E	E	B	D	MB	B	2	$5.75	$0.04
Great Value Deco / 200 hojas dobles		d	9.5 X 9.6 / 10.5	19.00	18.67	26.7	E	B	D	D	E	B	4	$2.08	$0.04

	Básicos 150 hojas dobles	Charmin Clean + Resist / 300 hojas dobles
h i l	9.0 X 9.1 / 9.7	g h l 9.5 X 10.1 / 12.2
	14.40	28.50
	13.91	28.51
	13.6	17.2
	E	D
	B	B
	B	B
	R	B
	B	B
	MB	MB
	B	E
	1	2
	$1.66	$4.99
	$0.04	$0.05

Diseño de la hoja:

1. Diseño liso con gofrado.

2. Grabado con gofrado.

3. Grabado con gofrado, hoja superior de color.

4. Dibujo en tinta con gofrado.

5. Dibujo en tinta con gofrado, hoja superior de color.

6. Grabado con gofrado, 1ra y 2da hoja de color.

RECOMENDACIONES DE COMPRA

MENOS ES MÁS.
Si tu criterio de elección se limita únicamente al precio, puede que, a la larga, termines gastando más. Un papel barato puede tener un desempeño muy bajo, lo cual te obligue a utilizar más papel, con lo que el costo final puede equipararse a comprar un muy buen papel higiénico.

MÁS BARATO POR DOCENA.
Como sucede con otros productos no perecederos, resulta conveniente comprarlos por paquete, pues su precio por unidad disminuye entre más rollos contenga. Para almacenarlos, basta tenerlos en un lugar limpio, fresco y seco. De preferencia, a resguardo del vapor de la regadera, que puede humedecerlos y volverlos inservibles.

TODO CAE POR SU PROPIO PESO.
Si sólo seleccionas tu papel higiénico por precio, no te dejes sorprender. Antes de adquirirlo compara el peso (de paquetes con igual número de rollos) de los que consideres más económicos y selecciona aquel que te ofrezca mayor cantidad por tu dinero.

RECOMENDACIONES DE USO

ZAPATERO A TUS ZAPATOS.
Limpiarse la nariz con papel higiénico no es una práctica recomendable. Debido a su consistencia, este tipo de productos desprende un polvillo que, al ser respirado, puede alojarse en los pulmones.

PEQUEÑAS ACCIONES, GRANDES AHORROS. Antes de colocar un rollo nuevo de papel higiénico en el dispensador, conviene despegar la hoja del inicio, dejándolo libre para su utilización. Algunos rollos se encuentran demasiado pegados y, al utilizarlos por primera vez, podemos rasgarlos, desperdiciando más papel del que pensamos.

TODO QUEDA EN FAMILIA. Por lo general, nuestros hábitos de higiene íntima no son un tema de conversación familiar. Sin embargo, vale la pena dedicarle unas palabras para indicarle –especialmente a los más pequeños– la forma correcta de utilizar el papel. Usar muchos cuadritos no necesariamente significan una mejor limpieza.

¿A LA BASURA O AL INODORO?
Seguramente, más de una vez te habrás preguntado cuál es la forma correcta de desechar el papel de baño usado. Por higiene, conviene más hacerlo en la taza. No obstante, ten en cuenta la velocidad de disolución del papel, pues si tarda mucho en disolverse, puede llegar a tapar el drenaje.

¿Cuánto vale un gramo de papel higiénico?
De acuerdo a los cálculos de nuestro Laboratorio, Great Value Deco Jumbo y el D' Calidad Chedraui con 176 hojas dobles son los más caros de la muestra. Por su parte, los modelos Premium y Rollos Gigantes –ambos de la marca D' Calidad Chedraui– son los más económicos. El precio de los demás oscila entre tres y ocho centavos por gramo.

PAPEL HIGIÉNICO

SIMBOLOGÍA | E=Excelente | MB=Muy bueno | B=Bueno | R=Regular | D=Deficiente | ✓ Sin defectos | N.I.=No hay info.

Fallas encontradas en acabados:

Críticos
c) Olor diferente a papel

Menores
i) Irregularidad en el bobinado
j) Cortes incompletos
k) Rasgado en las perforaciones
l) Falta de material

Diseño de la hoja:

1. Diseño liso con gofrado.
2. Grabado con gofrado.
3. Grabado con gofrado, hoja superior de color.
4. Dibujo en tinta con gofrado.
5. Dibujo en tinta con gofrado, hoja superior de color.
6. Grabado con gofrado, 1ra y 2da hoja de color.

Marca / Denominación del producto / No. de hojas y tipo	Evaluación global	Acabados	Largo X ancho (cm) / Diámetro del rollo (cm)	Contenido neto		Gramaje por hoja sencilla (g/m²)	Tiempo de desintegración (g/m²)	Blancura	Tracción en el sentido de la máquina	Tracción en sentido transversal	Resistencia en la línea de corte	Resistencia en húmedo	Diseño de la hoja	Precio ($)	
				Indicado (m)	Verificado (m)									Precio por rollo	Precio por gramo de papel
Higiénico I Platinum / 300 hojas dobles	R	c	9.5 X 10.1 / 11.0	28.50	28.83	16.0	MB	B	B	D	R	B	1	$7.14	$0.08
Renova Fragrance 3 plis capas, folhas ply / 140 hojas triples		k	N.I. / 9.9	N.I.	16.13	15.8	D	E*	E	MB	MB	MB	6	$5.82	$0.08
Angel Soft Ultra, con aroma a té blanco e ylang ylang / 200 hojas dobles		i	9.3 X 10.0 / 10.0	18.60	18.45	17.6	R	MB	B	D	MB	B	2	$4.50	$0.07
Elite Ultra, con extracto de seda / 400 hojas dobles		i	9.5 X 10.1 / 13.5	38.00	37.46	14.3	D	E	B	B	B	B	2	$7.45	$0.07
Charmin Básico / 385 hojas dobles		j l	9.3 X 9.0 / 12.1	34.60	32.99	15.8	D	B	B	B	B	E	4	$4.36	$0.04
Esencial 180 hojas dobles		l	8.8 X 10.1 / 10.1	15.84	16.65	15.2	B	B	B	D	B	B	1	$2.84	$0.05

LO QUE ENCONTRAMOS

Tras realizar las pruebas y verificaciones, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor llegó a las siguientes conclusiones:

1 Información al consumidor. ¿De dónde vienen los rollos? De acuerdo a su etiquetado, poco más del 94% de los rollos examinados es de fabricación nacional; mientras el resto proviene de países como Estados Unidos y Portugal.

2 Acabados. Ojo con los defectos. De toda la muestra, sólo 33.9% se encontró libre de defectos. El 66.1% restante incurrió en irregularidades como: estar fuera de dimensiones, manchas ajenas al papel, empalmes en el enrollado por cortes de la tira, mal olor, falta de perforaciones de corte, desfasamiento de las hojas, cilindros de cartón deformados o rotos, cortes incompletos o con rebabas y/o faltantes de material.

3 Contenido neto y dimensiones. Rollos que dicen la neta. Salvo Kirkland Signature 425 hojas dobles y las cuatro presentaciones de la marca Renova (Royal 4 plis capas folhas ply sin perfume, Deco 4 plis capa folhas ply, Fragrance 3 plis capas folhas ply y lotion skin care), todos los productos participantes en el estudio presentaron la información correspondiente al contenido neto.

- Jumbos no tan jumbos. En términos generales, el diámetro de la muestra se ubicó entre los 9.5 y 13.6 centímetros. Sin embargo, algunos que se especifican como "jumbo" en sus empaques apenas si alcanzaron un diámetro de 10.35 centímetros. Situación contraria a otros que, a pesar de rondar los 13 centímetros, no se denominaban de esta forma.

- El tamaño importa. Si el portarrollos de tu casa es un modelo "clásico", debes tomar en cuenta el diámetro del rollo que planeas comprar. Si es demasiado grueso, tendrá problemas para girar libremente al principio, provocando que tomes más o menos papel del que deseas, de manera que seguramente se generará un desperdicio.

4 Determinación de peso o gramaje (g/m²). Razones de peso. Actualmente, la norma vigente NMX-N-092-SCFI-2008 estipula que los rollos sanitarios deben tener como mínimo un gramaje de 14.5 g/m². No obstante, está dirigida para el mercado institucional (es decir, edificios de gobierno, empresas, escuelas o la misma industria). La norma de referencia anterior, conocida como la NMX-Q-023-1982, y que regulaba "Productos para uso doméstico e industrial del papel - Papel sanitario o higiénico", precisaba que el gramaje mínimo era de 18 g/m² para los productos de hoja sencilla; y de 14 g/m² para los de hoja doble. Pero en esta regulación no estaban contemplados los rollos de hoja triple o cuádruple.

- Si tomamos esta normatividad –actualmente cancelada– como base, el gramaje de los modelos Ke Precio Jumbo, Lovly Para mamás inteligentes, Básicos 150 hojas dobles y Pétalo Rendimax Mega Jumbo se encontraría por debajo de los 14 g/m²; a pesar de ser todos de hojas dobles. Por ello, es fácil suponer que éstos son los menos densos o más delgados.

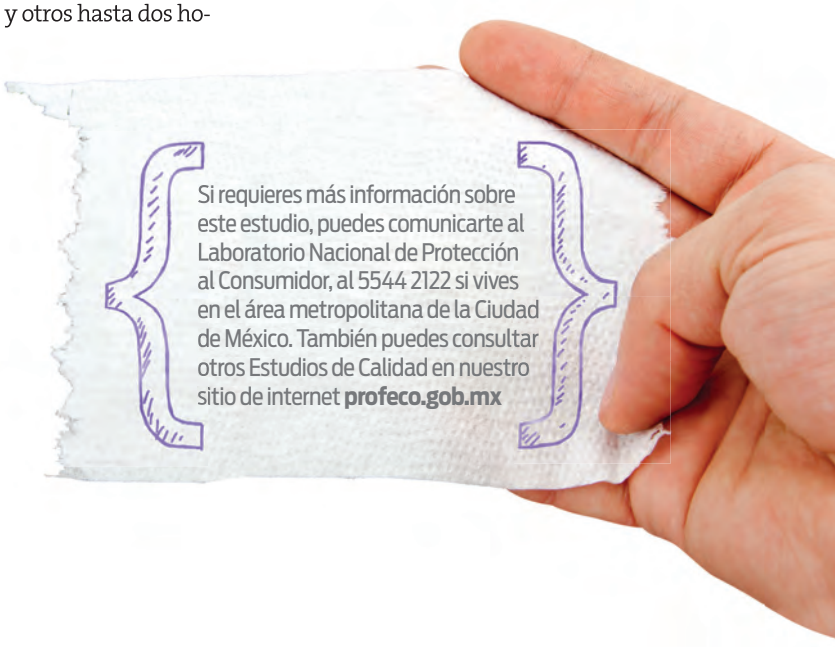
5 Prueba de desintegración. Toma nota, tu drenaje lo agradecerá. El 89% de los modelos analizados se desintegró totalmente en menos de cinco minutos. Sin embargo, algunos productos necesitaron más de 37 minutos y otros hasta dos horas. Hay que tener especial cuidado con estos modelos de papel higiénico, pues si los desechas en la taza del baño, es posible que puedan tapar la cañería.

6 Blancura. El rubro mejor punteado. En cuanto a su brillantez, ninguno de los productos analizados estuvo por debajo del mínimo especificado. Al contrario, en todos los casos se registraron lecturas de más de 90 unidades, cuando el mínimo establecido es de 80.

7 Resistencia en seco y en húmedo. El menos resistente. El único modelo que nuestro Laboratorio calificó como "Deficiente" en este punto fue el Great Value Deco, que presentó la resistencia más baja, ubicada por debajo del mínimo estipulado por la norma vigente.

- ¿Quién resiste más humedad? El 90% de las muestras es capaz de absorber entre 0.20 y 0.35 mililitros de agua antes de romperse por la presión de una fuerza de 50 gramos aplicada en su centro geométrico. En esta prueba destacaron los tres modelos de la marca Charmin que analizamos. Lo cual, como puedes deducir, no es ninguna sorpresa, pues fueron de los que más tiempo tardaron en desintegrarse.

8 Resistencia en la línea de corte. Córtalas. A pesar de que el 66.1% de los modelos incurrió en defectos en sus acabados, las hojas de todos los rollos examinados pudieron desprenderse al aplicarles una fuerza menor al 75% de la resistencia longitudinal que presentaron sus hojas en dicha prueba.



CONSUMO 2.0

La red de redes es más que una máquina de copiar información, es una economía impresionante en forma de bytes que pocos –aunque cada vez más– están sabiendo aprovechar. Internet es negocio. Internet es consumo. Estamos hablando de una nueva economía que permite hábitos de compra focalizados como nunca antes, con grandes oportunidades de negocio para empresas tecnológicas (y tradicionales también). En este sentido, ¿que tan conectados estamos en México?

Internet es una máquina que se echó a andar a principios de los años setenta. En los ochenta sus tecnologías fundamentales fueron puestas a prueba y mejoradas. En los noventa nació la World Wide Web, una red encima de internet que permitió la interconexión de miles de millones de documentos de texto y que hoy son de imágenes, video, audio o cualquier otro tipo de contenido. Sin embargo, es hasta finales de la década de 1990 que internet alcanzó el esplendor que conocemos gracias a las redes de intercambio de archivos, redes como Napster, Kazaa, Audiogalaxy y poco después BitTorrent. La explosión definitiva, la que hace de internet la plataforma donde ahora (casi) todo sucede, fue la llegada de las redes sociales: primero MySpace, seguida por las imparables Facebook y Twitter, luego todas las demás: Four-square, Path, Google Plus, Miso, etcétera.

En México, como sucedió en la mayoría de los países, las universidades, con sus investigadores y alumnos, fueron las instituciones pioneras en acceder a esa tecnología. Particularmente UNAM, UdeG e ITESM fueron partícipes de esos esfuerzos iniciales de principios de los noventa. También fue en aquellos días que el acceso a internet comenzó a crecer entre la población. Entonces Telmex comenzaba la instalación de redes de fibra óptica que permitieron alcanzar velocidades de hasta 64 Kbps (hoy es posible tener unas mil veces más ancho de banda).

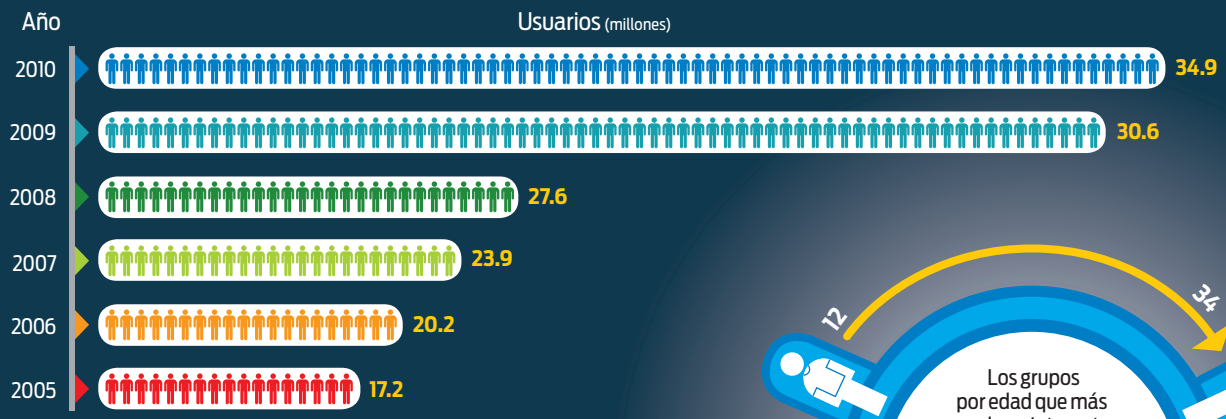
Para 1992 ya había 140 instituciones académicas mexicanas conectadas a internet. Y en 1994, según un estudio de la Internet Society, México contaba con 5 mil 194 computadoras conectadas a la red mundial, número que, combinado con el PIB, implicaba un nivel sorprendente de integración a la red, incluso mayor que Japón y algunos países de Europa. En 1995, los sitios web mexicanos con vocación comercial, es decir, los que tenían terminación ".com.mx" rebasaron la cifra de cien, cuando los sitios web académicos apenas sumaban los 15.

Poco a poco, internet se extendió por todo México gracias a un incremento significativo en la calidad y cantidad de tecnologías relacionadas: computadoras más potentes y baratas, redes de telefonía fija y móvil más extensas y veloces, dispositivos de almacenamiento (memorias flash y discos duros) de capacidades sin precedentes. Asimismo, con la infraestructura de las empresas proveedoras de acceso a internet, que se vio diversificada en su oferta de servicios digitales, por ejemplo, los planes triple play de algunas empresas de televisión por cable.

Actualidad de internet en México

Según datos publicados a finales de 2011 por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), nuestro país ha pasado de tener poco más de 17 millones de internautas en 2005, a casi 35 millones en 2010. Además de haberse triplicado la posesión de computadoras; un crecimiento porcentualmente encima de otras tecnologías como radios o televisores.

Número de internautas mexicanos por año



Fuente: Tabla elaborada por la Asociación Mexicana de Internet con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel).

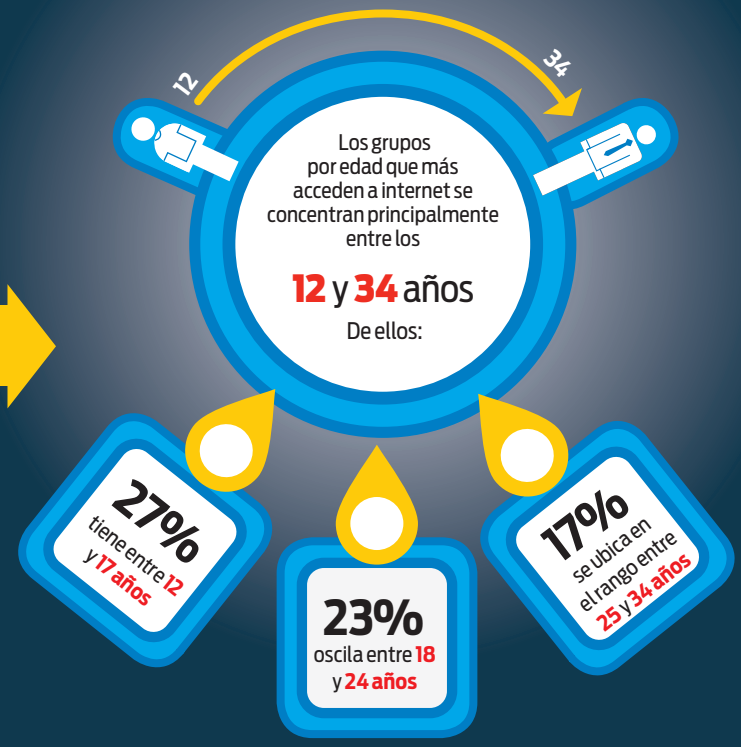
En términos de infraestructura tecnológica para internet, los datos de AMIPCI son reveladores. En primer lugar, sólo 9% de los hogares mexicanos tenía computadora en el año 2000, cifra que se elevó dramáticamente a 29% en 2010.

Un brinco cuantitativo enorme, acompañado por el hecho de que, en ese mismo año, 43% de las viviendas en México contaba con telefonía fija. De ahí que a nadie sorprenda que casi 50% de los mexicanos que usamos internet lo hagamos desde casa.

A propósito de estas cifras, ¿cuál es el perfil del internauta mexicano? Aquí van algunas numerales que nos ayudarán a dibujarlo:

El usuario promedio de internet en México pasa **3 horas y 32 minutos** en promedio conectado

49% de los usuarios es mujer, así que contamos con un acceso prácticamente parejo en términos de género

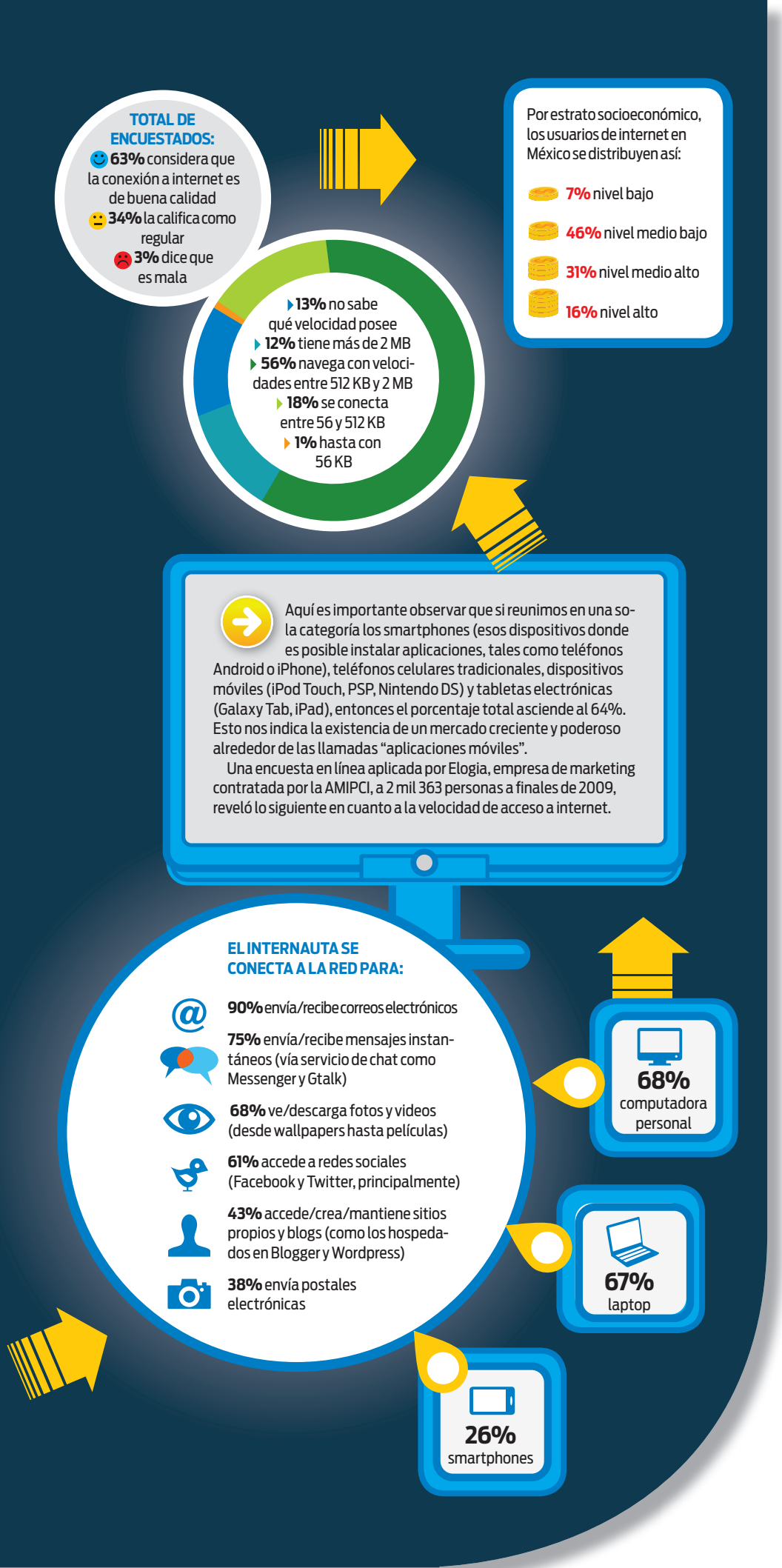


DONDE LOS PUNTOS DE ACCESO SON:

- **48%** el hogar
- **39%** sitios públicos (como cafeterías y aeropuertos)
- **19%** el trabajo
- **11%** la escuela

ENTRE LOS CUALES:

- **14.9%** vive en Estado de México
- **11.8%** en Ciudad de México
- **7.4%** en Jalisco
- **5.5%** en Veracruz
- **5.3%** en Nuevo León



Internet en Latinoamérica

AMIPCI revela que a nivel mundial somos mil 374 millones los usuarios de internet. Tan sólo 118 millones somos provenientes de Latinoamérica. Por su parte, la empresa venezolana Tendencias Digitales, especializada en estudios sobre el mercado digital en América Latina, dice que en nuestra región los usuarios de internet pasaron de ser 10% de la población en 2003 hasta 37% en 2011, con una proyección de 45% para 2014. Esto nos habla de un crecimiento constante, aunque pobre comparado con algunos países. Por ejemplo, en Reino Unido, 83% de la población accede a la red, 80% en Alemania, 78% en Estados Unidos y Japón, 36% en Corea del Norte y 8% en India. La penetración de internet por país en Latinoamérica es irregular, con México en una posición promedio:

- **58%** en Chile y Uruguay
- **50%** en Puerto Rico
- **50%** en Colombia
- **38%** en Brasil
- **37%** en Venezuela
- **35%** en Perú
- **34%** en México
- **23%** en Ecuador
- **17%** en Guatemala

Ahora bien, ¿cómo usamos internet en México en comparación con Latinoamérica? Según la misma fuente, México, al igual que Chile, tiende a ser un usuario intenso de redes sociales, servicios de geolocalización (Foursquare, por ejemplo), ávido de descargar podcasts para estar informado o entretenerse, así como juegos en línea.

Otros países, Argentina y Venezuela, por ejemplo, son más dados a usar internet para actividades de negocios, banca en línea, búsqueda de información y clasificados.

En términos generales, no cabe duda que hoy en día las redes sociales están engulléndose a internet (una tendencia que no parece cesar en el corto plazo). Tomemos a Facebook por caso, que con sus más de 800 millones de usuarios congregados en apenas siete años, implica que 10% de la población mundial tiene una cuenta en esa red social, lo que la convierte en la red más influyente de nuestro tiempo. Por cierto, a nivel Latinoamérica, Facebook tiene una penetración del 22%, con Chile a la cabeza con 52%, Venezuela 32% y México 25%, promedios más altos que en otras partes del mundo.

Sobre los dispositivos de acceso a la red, Tendencias Digitales encontró un aumento interesante

La telefonía móvil con internet, tanto en Latinoamérica como en el resto del mundo, está en franca explosión, lo que acarrea retos para las operadoras telefónicas

en la disposición para comprar tabletas electrónicas en Latinoamérica. Esto en respuesta a la revolución que significó iPad desde su salida en 2010. Y es que las tabletas no sólo son medios para navegar por internet, también tienen la versatilidad de convertirse en lectores portátiles de libros electrónicos, participar en redes sociales, hacer las veces de agendas digitales, cuadernos de dibujo, sistemas de videoconferencia (gracias a aplicaciones como Skype) y hasta sirven como sistemas de navegación con todo y GPS integrado. Las tabletas parecen los dispositivos todo-en-uno definitivos. En consecuencia, netbooks y computadoras de escritorio son menos demandadas por los consumidores en favor de la tableta electrónica.

Ni qué decir de los teléfonos móviles, sobre todo smartphones, como medios para llevar internet a dondequiera que estemos. Hoy sabemos que 97% de la población en Latinoamérica cuenta con un teléfono móvil, entre los cuales 20 a 40% lo usa para navegar por internet, chatear, enviar correos electrónicos y acceder a sus redes sociales. La telefonía móvil con internet, tanto en Latinoamérica como en el resto del mundo, está en franca explosión, lo que acarrea retos técnicos para las operadoras telefónicas y, por otro lado, una nueva economía que permite hábitos de compra focalizados como nunca antes, con grandes oportunidades de negocio para empresas tecnológicas y tradicionales por igual.

Consumo 2.0

Internet es una plataforma universal de acceso y distribución de información. Como tal, también se ha convertido en plataforma atractiva para los negocios, más exitosa en la medida en que más personas estén conectadas usando los servicios disponibles. En el caso de México y Latinoamérica, el comercio electrónico ha crecido con ritmo incesante en los últimos años. Sin embargo, encuestas como la realizada por la consultora comScore a finales de 2010, concluyeron que existe mucha desconfianza para realizar compras en línea, de igual forma para hacer banca electrónica. Por su parte, en 2010 la consultora española Everis señaló en uno de sus estudios que México ocupaba el lugar número 30 a nivel mundial en comercio electrónico. En comparación, Brasil ocupaba el lugar 13, Chile el 28 y Argentina el 29.

Lo cierto es que hoy en día los mexicanos contamos con excelentes opciones para consumir en internet. Podemos comprar prácticamente lo que sea y con variadas formas de pago, desde depósitos bancarios hasta tarjetas de crédito, incluso valernos de tarjetas con dinero electrónico para comprar, por ejemplo, software en la tienda de Apple, o disfrutar servicios como PayPal para evitar el uso directo de tarjetas bancarias en aquellos negocios que lo permiten.

El asunto aquí es investigar opciones, estudiar pros y contras, y construir una solución de compras en línea a la medida de nuestras necesidades. A decir verdad, comprar por internet es cada vez más fácil, seguro y confiable. Sin embargo, igual que en el "mundo real", hay que tomar las medidas pertinentes. Al hacerlo, seremos capaces de encontrar las mejores opciones de compra. En México, la mayoría de las tiendas departamentales posee sucursales en línea; también empresas de tecnología, oficina, aplicaciones móviles, videojuegos, incluso tiendas para alquilar, descargar y ver películas en línea.

Aunque no fue diseñado precisamente para estos fines, internet es una plataforma de negocios y consumo caracterizada por ser más horizontal que las tradicionales. De ahí que nunca fue tan fácil emprender un negocio con tan pocos recursos, ni tan fácil adquirir bienes materiales (o inmateriales) antes inalcanzables. Y es que internet abarata costos, promueve la diversidad,

democratiza el acceso al conocimiento. Su capacidad de almacenar y distribuir datos le ha convertido en la máquina perfecta para impulsar proyectos tecnológicos que generan riqueza y nuevas reglas de consumo.

Un ejemplo de esto es Apple, que con su mercado de aplicaciones móviles y de música en línea ha revolucionado la forma de consumir bienes digitales, logrando una economía rica en oportunidades para empresas desarrolladoras de software, generadores de contenido y usuarios finales. El mismo camino han seguido Google, Microsoft y otras empresas para acercar sus productos a los usuarios de dispositivos móviles.

Internet ayuda a eliminar intermediarios, generar alternativas de consumo y a crear comunidades autosustentables. Mercado Libre, por ejemplo, monta una suerte de bazar virtual permanente donde miles de usuarios venden y compran todos los días. Otros proyectos, como nolotiro.org ni siquiera involucran intercambios monetarios, únicamente en especie, donde dicen: "No lo tiro, te lo regalo (sin condiciones)". Por su parte, la plataforma goteo.org sirve para hacer "tandas" o "vaquitas" virtuales con el fin de posibilitar la creación de nuevos productos, siempre y cuando retribuyan a la comunidad de alguna forma. Incluso existen proyectos experimentales como Bitcoin para la creación de monedas virtuales. Y está a la vuelta de la esquina la tecnología Near Field Communications (NFC) para convertir nuestro teléfono móvil en una verdadera cartera electrónica.

Internet atraviesa fronteras. Allí México y todo el planeta se ven como un lugar único y a la vez inmensamente diverso en sus alternativas. Claro, porque a final de cuentas, internet es una red de personas.

Consejos prácticos a la hora de comprar en internet

1 Verifica la legitimidad del sitio donde vas a comprar. Una sencilla búsqueda en Google te ayudará a encontrar opiniones sobre la calidad del servicio. Otra forma es buscando en el sitio un sello de aprobación o acreditación de terceras partes como Better Business Bureau, Verisign o TRUSTe, esto significa que el sitio en cuestión ha pasado por rigurosos estándares para comprobar cómo gestiona la información de los usuarios.

2 Verifica que la dirección del sitio, la URL, inicie con https (con "s" al final) a la hora de realizar las compras. Esto quiere decir que el sitio cuenta con un canal cifrado, seguro para el envío de información sensible.

3 Usa navegadores web actualizados. Un navegador moderno, como Mozilla Firefox o Google Chrome, te avisa claramente cuando un sitio no es confiable, o que su identidad no ha sido aprobada por terceras partes ni sigue estándares de seguridad web.

4 Lee, aunque no quieras (aunque nadie lo haga), las políticas de privacidad y términos de servicio del sitio. Allí encontrarás información precisa de lo que la empresa detrás del sitio web hará con tus datos.

5 Si haces compras en tiendas fuera de México, toma tus precauciones en relación con los gastos de envío, impuestos y otros gastos adicionales.

6 Busca promociones especiales para quienes compran vía internet. Encontrarás más de una sorpresa: envíos gratuitos, precios más bajos, regalos y otros interesantes incentivos.

7 Usa una tarjeta de crédito exclusiva para este tipo de transacciones. Usar las tarjetas de crédito personales te expone a un impacto mayor en caso de robo.

8 Ten una buena política de uso de contraseñas. Nunca uses palabras que encuentres en el diccionario y evita usar la misma para todo. Servicios como lastpass.com te ayudarán en la gestión de tus contraseñas.

9 Evita hacer transacciones electrónicas en lugares con internet público, son inseguros y propensos a robo de identidad o datos.

10 Nunca atiendas un correo no deseado, mucho menos respondas si te piden información sensible.

LA MUJER EN LA PUBLICIDAD:

AMA DE CASA, OBJETO DE CONSUMO Y CONSUMIDORA CONSUMADA

Aún en pleno siglo XXI persiste una imagen sexista en los anuncios publicitarios: muestran a la mujer como objeto de deseo por encima de su persona, dependiente del hombre o inferior a él, y como encargada del cuidado de la familia y las labores domésticas.

Si hiciéramos un recorrido por los anuncios publicitarios que veían nuestras madres y abuelas, nos espantaríamos de ver cómo la mujer era representada hace tan sólo algunos años. Anuncios que sin ningún recato las presentaban como tontas, serviles, incapaces, complacientes y abnegadas, incluso algunos en los que la violencia hacia ellas era abiertamente aceptada. ¿En verdad ha cambiado esta dinámica?

Ciertamente. Hoy existe una mayor conciencia acerca de los derechos de las mujeres y, sobre todo, gracias a los cambios sociales los contenidos se han modificado. Sin embargo, la mayoría de los estereotipos sigue latente, variando sólo en su forma, adaptándose a la realidad de su tiempo, la de las mujeres de hoy.

La doctora Carola García, quien estudia y analiza la imagen de la mujer en los medios, subraya que los mensajes publicitarios reproducen un orden existente en la sociedad y la cultura, en donde las diferencias de género ya están establecidas y han asignado a la mujer el rol de ama de casa y madre que, además, tiene que agradar con su belleza y habilidades de seducción.

No obstante, la publicidad no es sólo un reflejo de la realidad, también intenta crearla y propiciarla; no hay que olvidar que su propósito principal es atraer y convencer a nuevos consumidores.

Los estereotipos tradicionales y, también, los más persistentes son, hasta hoy, el ama de casa y la mujer objeto

Anuncios como éste forman parte de la compliación de imágenes del libro *You Mean A Woman Can Open It?: The Woman's Place In The Classic Age Of Advertising* (¿Quieres decir que una mujer puede abrirlo?), el cual hace un repaso por la manera en que la publicidad trataba a la mujer el siglo pasado.

Para ello se alimenta de nuestras necesidades, valores y sueños. Pero, ¿cómo logra la publicidad que todos soñemos lo mismo, si cada individuo es distinto? Valiéndose de lo que tenemos en común: aquello que está enraizado en nuestra memoria cultural, es decir, los estereotipos. El mensaje es eficaz porque una mayoría lo identifica.

LOS ESTEREOTIPOS

Los más tradicionales y, también, los más persistentes son, hasta hoy, el ama de casa y la mujer objeto.

El ama de casa. El hogar ha sido, por generaciones, un espacio considerado femenino por excelencia; es ahí donde la mujer lleva a cabo sus tareas. La labor doméstica no se considera un trabajo, sino una condición "natural" de género.

Ella mantiene (siempre con una sonrisa) la casa rechinando de limpia, la ropa blanquísima, además de suave, impecable y fragante, es capaz de lavar alteros interminables de trastes sucios después de haber preparado una comida deliciosa y nutritiva para la familia y hasta para los invitados pues, por cierto, es una excelente anfitriona, aparte de bella, elegante y moderna. Ella cuida a los hijos, los lleva a la escuela, los baña y educa, y si algún miembro de la familia se enferma, sabe mucho de remedios para aliviar cualquier malestar. Por si fuera poco, hace las compras, por lo que es una consumidora experta. Así es como las mujeres se ganan el cariño de su familia y allegados, y logran el muy importante objetivo de agradar.

SEXISMO EN CONTRA DE LOS HOMBRES

Hilda Téllez de Conapred, nos informó que la organización ha recibido quejas formales sobre la reciente campaña de la marca de desodorante English Lady, pues muestra un sexismo "invertido". Hombres y mujeres han manifestado que el respeto debe darse en ambas direcciones.

La Oficina de Regulación de la Publicidad Británica ordenó el retiro de la campaña de un perfume que mostraba a una menor (Dakota Fanning) en actitud provocadora. El Instituto español de la Mujer, por su parte, exigió el retiro de un anuncio de una marca italiana por considerarlo violento.

Por décadas muchos productos electrodomésticos, de limpieza, de cocina y para bebés se han anunciado con esta imagen. Pero existe otro mercado para el que funciona mejor otra modalidad de estereotipo.

La mujer objeto. En los anuncios no hay mujeres feas. Se presenta la belleza del rostro y del cuerpo como un ideal al que pueden aspirar las consumidoras si se animan a adquirir el producto anunciado. Así se nos enseña que la mujer debe cuidar todos los aspectos de su apariencia para verse bien: el envejecimiento se trata como al mayor enemigo de la belleza, además, la mujer debe ser esbelta para ser deseada.

Mientras tanto, cuando se trata de vender productos a los hombres, se vincula el cuerpo femenino con el sexo, mostrándolo en una actitud provocadora. Rara vez la exposición de su cuerpo tiene alguna relación directa con el producto que se ofrece, por lo que ella es el valor agregado.

Ya sea representada como mujer fatal o con una imagen más inocente, estas dos son las caras de una misma moneda: reducen la valía de su persona a su belleza o, peor aún, a ciertas partes de su cuerpo.

LA TRAMPA DE LA LIBERACIÓN FEMENINA

Con los cambios sociales la mujer ha ido ganando espacios que antes eran privilegio masculino. Ahora la vemos representada co-

LAS PUBLIVÍBORAS

Un proyecto que ha generado bastante ruido en redes sociales y medios es "El observatorio de Las Publivíboras", ideado por La Cabaretiza AC, asociación creada por Marisol Gasé, Cecilia Sotres, Ana Francis Mor, de "Las Reinas Chulas", así como Yurief Nieves, Luz Elena Aranda, Tania Ramírez y Julia Arnaut. La idea de esta asociación es pasar por el tamiz del humor diversos acontecimientos sociales para tratar de que los mensajes de organizaciones civiles sean más efectivos. Existen desde 2011 y su primer proyecto fue justamente "Las Publivíboras", que surgió de una iniciativa en internet para mandar a hacer estampitas con la leyenda: "Esta publicidad es ofensiva para las mujeres", pegarlas en los banners publicitarios de la calle que tuvieran algún contenido sexista o misógino, tomarle una foto al anuncio y subirla a las redes sociales, con el fin de propiciar el debate y de ir sensibilizando a la población. Tal fue la respuesta del público que en noviembre se organizó un evento en el Teatro de la Ciudad en la capital del país, con gran número de artistas reconocidos, para entregar los galardones a las publicidades más sexistas. Fueron 15 ternas y tuvieron que dejar otras categorías fuera de la premiación que, por cierto, estuvo tan reñida que hubo muchos empates. Fue un evento gratuito y se invitó a la ciudadanía. También los antipremiados fueron invitados, pero no respondieron ni asistieron al evento. Este año planean repetir la fiesta.

Cualquiera que desee participar en el debate puede encontrarlas en Facebook o en Twitter, ya que se trata de un evento gratuito y al que se convoca a la sociedad. En entrevista, Cecilia y Julia nos comentaron que ya se les terminaron las estampas, pero que éstas están a disposición de cualquier organización que desee reimprimirlas en cualquier parte de la República. Siempre es bueno hacer visible este tipo de mensajes.

Su independencia no la ha salvado de aparecer como objeto: lo que hoy muestra la publicidad es que la mujer, en ejercicio de su sexualidad, está dispuesta a convertirse en objeto sexual por decisión propia

mo ejecutiva, profesionista, estudiante, en nuevos espacios. La inteligencia ya no le resta atractivo, le suma, así que se pone junto al encanto y la feminidad. No obstante, si miramos de cerca, ésta es una nueva modalidad de los estereotipos de antes: ella tiene que ser bella, delgada, juvenil y sensual para agradar, tal vez ya no al esposo, sino al jefe, sin olvidar a las otras mujeres con las que compite. Se le dice que el éxito también está supeditado a la belleza.

La independencia que ha alcanzado no le ha salvado de aparecer como objeto. Carola García señala aquí la trampa de liberación femenina: lo que hoy muestra la publicidad es que la mujer, en ejercicio de su sexualidad, está dispuesta a convertirse en objeto sexual por decisión propia, porque así es una mujer moderna que sabe disfrutar su vida. Además, para aquellas mujeres que trabajan sin haber dejado atrás las tareas del hogar y la maternidad, se ha creado el estereotipo de la "supermujer", la que hace de todo sin protestar.

Se sabe que entre 60 y 80% de las compras que se hacen en el mundo son realizadas por mujeres; ellas son el verdadero motor del consumo, aunque sus ingresos generalmente todavía sean menores que los de los hombres. Al respecto, García nos comenta que ellas son las encargadas de adquirir los productos para sí mismas y para la familia, un reflejo más de su doble labor. Por ello, no sorprende que gran parte de la publicidad sea dirigida específicamente a las mujeres. Para venderles se les atribuyen características y necesidades uniformes, negando su pluralidad y diversidad, imponiéndoles roles muy alejados de la realidad de gran parte de la población femenina actual y de sus aspiraciones. ¿Dónde están aquellas mujeres que alcanzan grandes logros en el mundo real?

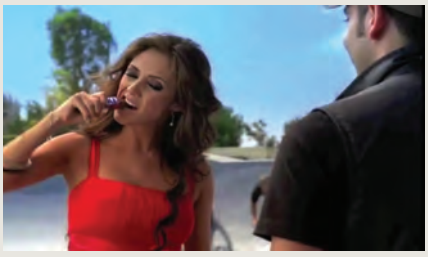
¿CÓMO EXIGIR UNA PUBLICIDAD CON EQUIDAD?

A pesar de que, en los últimos años, en México se han diseñado leyes que promueven la equidad, sobre todo en lo referente a la igualdad de oportunidades y en el combate a la violencia de género, gran parte de la publicidad en nuestro país transmite mensajes con contenido sexista, ya sea por el uso de su lenguaje, por sus imágenes o ambas. Y por mucho que puedan ofendernos ciertos mensajes publicitarios, son pocos los mecanismos legales disponibles para exigir que se retiren o se modifiquen.

Carlos Vargas, director de Difusión e Imagen del Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), explica que, aunque la publicidad no ocupa un papel prioritario por encima de otras manifestaciones de violencia contra la mujer, sí existe una iniciativa importante que apunta a fomentar una mejor representación de las mujeres en los medios. En 2011, la Secretaría de Gobernación publicó el manual "Publicidad con equidad", que muestra los lineamientos para campañas del gobierno federal, estatal y mu-

nicipal, y se ha estado trabajando con la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) a partir del año pasado para su implementación. Sergio López, vicepresidente de esta asociación, aseguró en entrevista que ya se tiene el plan de incorporarlo a la iniciativa privada en un futuro cercano.

Las quejas se pueden presentar en el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred); éste es el único organismo facultado para reclamar directamente a los anunciantes, y solamente pueden hacerlo cuando alguna persona de la sociedad civil ha presentado su queja. Hilda Téllez, directora general de Quejas y Reclamaciones de esta institución, explicó que su facultad es meramente conciliatoria. Lo único que Conapred puede hacer es enviar al anunciante una solicitud para cambiar los contenidos ofensivos. La empresa es libre de participar o no en la conciliación y, si decide no hacerlo, el caso se cierra.



La campaña de Snickers en que aparece la actriz y cantante Anahí, se retiró de la conciliación ante Conapred cuando se le solicitó un documento que certificara que su publicidad no era ofensiva. Por el contrario, en 2010, Tequila Cuervo retiró completamente una campaña publicitaria, en respuesta a una solicitud de Conapred, según nos informó la funcionaria de la institución.

En los últimos meses, Conapred se ha hecho más visible para la sociedad; cada vez más personas y organizaciones están al tanto de que se puede denunciar este tipo de mensajes. El papel de las ONG en este sentido es fundamental, pues son ellas quienes denuncian, no sólo a nivel institucional, sino que señalan la ofensa y contribuyen a la formación de un público crítico.

Conapred e Inmujeres coinciden en que, más que construir un mecanismo de censura y prohibición –lo que va en contra de la libertad de expresión–, es importante la autorregulación de los anunciantes y la formación de una audiencia más crítica. Es necesario recordar que una comunicación incluyente y libre de estereotipos y mensajes denigrantes se traduce en bienestar social para que todos, sin importar género, raza, religión, facultades físicas o mentales, edad o preferencia sexual, podamos gozar plenamente de nuestros derechos como ciudadanos.

Recordemos que el propósito de la publicidad es vendernos un producto. La mejor manera de eliminar esa publicidad inequitativa es restándole efectividad.

Como consumidor inteligente, evita comprar aquellos productos cuyos anuncios publicitarios te ofenden. Y si quieres generar un cambio, denúncialos.

Entrevistados:
Dra. Carola García, investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
Hilda Téllez, directora general de Quejas y Reclamaciones del Conapred.
Carlos Vargas, director de Difusión e Imagen del Inmujeres.
Sergio López, director general de AMAP.
Cecilia Sotres y Julia Arnaut.

Fuentes:
García, Carola. (1980). *Revistas femeninas. La mujer como objeto de consumo.* México: Ediciones El caballito.
Peña-Marín, Cristina y Frabetti, Carlo. (1990). *La mujer en la publicidad.* Madrid: Instituto de la Mujer.
"Representaciones de la mujer en la publicidad mexicana". (2005). *IC Revista Científica de Información y Comunicación.* Universidad de Sevilla.
adwoman.org

OTRA PUBLICIDAD ES POSIBLE...

- **Si se habla de las mujeres** (jóvenes, viejas, guapas, feas, gordas, flacas...), **y no de la "mujer".**
- **Si se evitan los roles de género asociados al sexo**, porque si vemos mujeres en la cocina, se acaba considerando que el lugar "natural" de la mujer es ése.
- **Si se representa a los hombres, y no al "hombre"**, del cual la única mirada hacia las mujeres es sexual.
- **Si los hombres aparecen en la cocina con naturalidad**, y no haciendo la parrillada del domingo con la mujer como ayudante.
- **Si los papeles que se asignan a niños y niñas no son diametralmente opuestos.**
- **Si las relaciones que se muestran entre hombres y mujeres no son sólo de atracción-seducción sexual.**
- **Si las relaciones entre mujeres y hombres son de camaradería**, solidaridad, cooperación y atención mutua, tanto en el trabajo como en la diversión.
- **Si se representan también las múltiples actividades de los hombres.**
- **Si cada vez más mujeres tomamos conciencia de nuestros derechos** de ciudadanía para reclamarlos y ejercerlos incluso en la publicidad.
- **Si se va introduciendo el modelo de mujer autosuficiente** que sabe lo que quiere y cómo conseguirlo, y sabe controlar su vida sin ayuda masculina.
- **Si rechazamos la afirmación de que** "la belleza es el proyecto principal en la vida de las mujeres".

Decálogo de la publicidad no sexista
juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/web/observatorio/decalogo

Todos estos servicios puedes encontrarlos en tu delegación. Localiza la tuya y acércate a **Profeco**.

PROFECO CERCA DE TI

Nuestra misión es promover y defender los derechos del consumidor. Por ello, es indispensable mantener un diálogo permanente contigo. Éstos son los servicios que ofrecemos y los canales para estar en contacto. Te invitamos a conocerlos y utilizarlos:

Revista del Consumidor en Línea: consulta los estudios de calidad, Tecnologías Domésticas, programas de radio y TV, además de webcasts, podcasts, y artículos sobre consumo inteligente. Visita **revistadelconsumidor.gob.mx**

Contacto ciudadano: es el espacio de atención ciudadana en el que proveedores y consumidores pueden realizar trámites, como solicitudes de calibración de instrumentos de medición, venta de hologramas y asesoría en general. Escríbenos a **contacto_ciudadano@profeco.gob.mx**

Brújula de compra: suscríbete a este *newsletter* para recibir artículos, análisis de precios, estudios comparativos y recomendaciones para ahorrar y comprar con conocimiento. Encuéntralo dentro de **profeco.gob.mx**

Registro Público para Evitar Publicidad: para evitar recibir publicidad no deseada en tu teléfono, inscribe tu número al **9628 0000** (DF y zona metropolitana) y **01 800 962 8000** (resto del país).

Concilianet: cero filas, cero espera, cero papel. Sólo necesitas una computadora con acceso a internet y la disposición de hacer valer tus derechos. En **concilianet.profeco.gob.mx** puedes presentar tu queja con los proveedores que ya concilian en línea.

Asesorías: entra en contacto directo con especialistas en derechos del consumidor en **asesorías@profeco.gob.mx**

Quién es Quién en los precios: herramienta en línea para consultar el precio de cerca de 2 mil productos de abarrotes, carnes, lácteos, frutas, verduras, electrodomésticos, línea blanca y medicamentos en 23 ciudades del país.

Buró comercial: ¿quieres saber el número y motivo de quejas o reclamaciones contra proveedores, así como si los contratos de adhesión que utilizan contienen cláusulas abusivas o inequitativas? Consúltalo en **burocomercial.profeco.gob.mx**

Asociaciones de consumidores: únete con tus vecinos y amigos para defender tus derechos como consumidor, protegerte de proveedores abusivos y difundir la cultura de un consumo responsable. Contáctanos en **asociaciones@profeco.gob.mx**

Procitel: A través del Programa de Citas por Teléfono es posible concertar un encuentro en tu delegación o subdelgación Profeco para iniciar un proceso de queja contra algún proveedor. Para hacer uso de este servicio, comunícate al **Teléfono del Consumidor**.

Teléfono del Consumidor: recibimos tus dudas, quejas y denuncias. Ten siempre a la mano el **5568 8722** (DF y zona metropolitana) y **01 800 468 8722** (resto del país).

Directorio de delegaciones

AGUASCALIENTES
Juan de Montoro #103, col. Centro, CP 20000, Aguascalientes. Tel. 916 2969

BAJA CALIFORNIA
Guadalupe Victoria #9440, edificio Daroca, a espaldas de Plaza Fiesta, col. Zona del Río, CP 22320, Tijuana. Tel. 684 8916
Subdelegación: Av. Pioneros #1005, Palacio Federal, colonia Centro Cívico, CP 21000, Mexicali. Tel. 557 3084

BAJA CALIFORNIA SUR
Jalisco s/n, esq. Francisco I. Madero, col. Pueblo Nuevo, CP 23060, La Paz. Tel. 122 8077

CAMPECHE
Av. 16 de Septiembre s/n, Palacio Federal, primer piso, col. Centro, CP 24000, Campeche.
Tel. 811 0672

COAHUILA
Blvd. Venustiano Carranza #2879 (a un lado del SAT), col. La Salle, CP 25240, Saltillo.
Tel. 416 5445
Subdelegación: Av. Matamoros #1285 Pte., col. Centro, CP 27000, Torreón. Tel. 712 6406

COLIMA
José Antonio Torres #402, esq. Av. Rey Coliman, col. Centro, CP 28000, Colima.
Tel. 314 6949
Subdelegación: Balbino Dávalos #54, esq. Carrillo Puerto, col. Centro, CP 28200, Manzanillo.
Tel. 332 9180

CHIAPAS
Circunvalación Tapachula #844, col. Moctezuma, CP 29030, Tuxtla Gutiérrez. Tel. 602 5938
Subdelegación: Octava Avenida Sur #46, entre 2a y 4a Poniente, col. Centro, CP 30700, Tapachula de Córdoba. Tel. 626 7501

CHIHUAHUA
Av. Benjamín Franklin #3220, interior 7, col. Margaritas. CP 32315, Cd. Juárez. Tel. 613 5087
Subdelegación: Ramírez #2007, esq. Calle 22, col. Pacífico, CP 31030, Chihuahua.
Tel. 410 0778

DISTRITO FEDERAL
Centro (Benito Juárez, Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Azcapotzalco): Dr. Carmona y Valle #11, 4to y 5to piso, col. Doctores, CP 06720. Tel. 5578 0412
Oriente (Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza): Azafrán #18 1er piso, col. Granjas México, CP 08400. Tel. 5686 1900
Poniente (Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo): Toltecas #23, esq. Calle 10, col. San Pedro de los Pinos, CP 01180. Tel. 5272 5056
Sur (Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Coyoacán y Xochimilco): Periférico #5323, col. Isidro Fabela, CP 14030. Tel. 5424 4002

DURANGO
Zaragoza #110 sur, col. Zona Centro, CP 34000, Victoria de Durango. Tel. 825 3327

ESTADO DE MÉXICO
Naucalpan: Avenida 3 #47, entre Avenida de las Torres y Blvd. Toluca, col. Fraccionamiento Industrial Naucalpan, CP 53370. Tel. 5576 6059
Nezahualcóyotl: Cucaracha #293, esq. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, CP 57000. Tel. 5743 5746
Tlalnepantla: Mario Colín #56, col. Centro, CP 54000. Tel. 5390 7539
Toluca: Santos Degollado #103 (enfrente del Cosmovitral), col. Centro, CP 50000. Tel. 215 7070
Ecatepec: Av. Hank González #50, Mza. 44, pasillo 29 (Center Plaza Ecatepec), col. Valle de Anáhuac, CP 55210. Tel. 5774 5006

GUANAJUATO
5 de Mayo #341, col. Obregón, CP 37320, León de los Aldama. Tel. 716 6044
Subdelegación: Av. Guerrero #1385, esq. Fco. Sarabia (a una cuadra del estadio), col. Moderna, CP 36690, Irapuato. Tel. 635 2414

GUERRERO
Av. Costera Miguel Alemán #304, col. Centro, CP 39300, Acapulco de Juárez. Tel. 483 1558
Subdelegación: Av. Vicente Guerrero #112, col. Centro, CP 40000, Iguala de la Independencia. Tel. 332 7450

HIDALGO
Cuauhtémoc esq. pasaje a la iglesia La Villita #700, col. Revolución, CP 42060, Pachuca.
Tel. 714 0636

JALISCO
Marsella #49, 2do piso, Sector Juárez, col. Americana, CP 44160, Guadalajara. Tel. 3615 7383

MICHOACÁN
Blvd. García de León #1908, col. 5 de diciembre, CP 58280, Morelia.Tel. 315 6150

MORELOS
Av. Atlacomulco #76, antes 202, col. Acapantzingo, CP 62440, Cuernavaca. Tel. 314 5918

NAYARIT
Av. México #142 sur, col. Centro,
CP 63000, Tepic. Tel. 212 3457

NUEVO LEÓN
Av. Profesor Moisés Sáenz #602, col. Mitras Centro, CP 64460, Monterrey. Tel. 8347 4849

OAXACA
Heroico Colegio Militar #1109, planta alta, col. Reforma, CP 68050, Oaxaca. Tel. 513 4141

PUEBLA
19 Sur #506, desp. 103, col. La Paz, CP 72160, Heroica Puebla de Zaragoza. Tel. 232 6700

QUERÉTARO
Av. Constituyentes #102, Ote. PB, col. Quintas del Marqués, CP 76047, Santiago de Querétaro. Tel. 223 5722

QUINTANA ROO
Av. Coba #9 y 11, Supermanzana 22 (frente al Seg. Social), col. Centro, CP 77500, Cancún. Tel. 884 2634
Subdelegación: Av. Juárez por 45 Sur, local #7 (interior Plaza Papagallos), col. Centro, CP 77710, Playa del Carmen. Tel. 803 1261

SAN LUIS POTOSÍ
Librado Rivera #215, col. del Valle, CP 78200, San Luis Potosí. Tel. 841 2500

SINALOA
Blvd. Francisco I. Madero #744 Pte., col. Centro, CP 80000, Culiacán de Rosales.Tel. 712 5848

SONORA
Oaxaca #150 Poniente, esq. Escobedo, Edificio San Enrique, col. Centro, CP 83000, Hermosillo.
Tel. 213 8620
Subdelegación: Chihuahua #169 Sur, entre Guerrero e Hidalgo, col. Centro, CP 85000, Ciudad Obregón.
Tel. 415 2588

TABASCO
Carmen Cadena de Buendía #133, col. Nueva Villahermosa, CP 86070, Villahermosa.
Tel. 312 3795

TAMAULIPAS
Juan B. Tijerina #925, col. Centro, CP 87000, Ciudad Victoria. Tel. 312 9471
Subdelegación: Blvd. Morelos #475 esq. Rep. de Argentina, col. Anzalduas, CP 88630, Reynosa.
Tel. 922 7769
Subdelegación: Av. Hidalgo #5004, primer piso, local 1, col. Sierra Morena, CP 89210, Tampico.
Tel. 213 2432

TLAXCALA
Calle 33 #203, col. Loma Xicohténcatl, CP 90070, Tlaxcala de Xicohténcatl. Tel. 462 7835

VERACRUZ
Av. Salvador Díaz Mirón #2880, esq. Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno, CP 91918, Veracruz.
Tel. 100 3894
Subdelegación: Cánovas #2, col. Centro, CP 91000, Xalapa. Tel. 812 4382

YUCATÁN
Calle 49 #479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, CP 97000, Mérida. Tel. 928 5966

ZACATECAS
Fernando Villalpando #214, col. Centro, CP 98000, Zacatecas. Tel. 922 0460

NO MÁS ENREDOS EN LA RED

¡Ups! Clásico, estás navegando en internet cuando sin querer le das clic a una de esas páginas extrañas. Para colmo, tu herman@ te está viendo. Antes de que puedas hacer algo, se adelanta para acusarte con tus papás, quienes te castigan. Para que esto no vuelva a pasar, ¡navega con seguridad!

- Por Nayarai Sánchez

UNA MISIÓN, UNA TAREA

Cuando se trata de buscar información para tu tarea, la red es de gran ayuda porque es como tener una enorme biblioteca al alcance de tus dedos. Sólo tienes que saber en dónde y cómo buscar.

LO BÁSICO

Cada página web cuenta con una dirección. Por ejemplo, www.chavitos.com. Fíjate en las terminaciones; algunas son .com, .org, .edu o .gob. Descubre el significado de éstas y cuál es la mejor para ayudarte en tu tarea.

TERMINACIÓN	SIGNIFICADO	¿ÚTIL PARA TU TAREA?
.com	El .com significa que es un sitio comercial y puede que la información que brinde sea sólo divertida o para venderte algo. ¡Ojo! Generalmente la emplean periódicos, estaciones de radio y canales de televisión.	
.edu	El .edu significa que el sitio web es educativo y puede ser de una escuela o de una institución de gobierno. ¡Es información 100% segura!	
.org	El .org es sólo para organizaciones y puede que la información que veas sea educativa. Sin embargo, no es 100% segura, pues no siempre está respaldada por una institución seria.	
.gob	El .gob indica que la página web es del gobierno y brinda información que podría servir para tu tarea. ¡También es información 100% segura!	

PARA BUSCAR MEJOR

Típico: entras a un buscador y encuentras miles de opciones, de las cuales ninguna es la que tú quieres. Para hacer una búsqueda exacta, utiliza las comillas (“ ”). Por ejemplo, si quieres encontrar datos sobre la Independencia de México puedes poner: “Independencia de México”. Seguro te saldrá un dato exacto y, por otro lado, evitarás las páginas indeseadas o que tienen información relacionada a la Independencia, pero quizá no hablen específicamente sobre ella.

SI DAS UN MAL CLIC

Cuando veas una página con textos e imágenes que te hagan sentir mal, triste o incómodo, significa que el contenido no es apropiado para ti. Debes cerrarla y platicar lo que viste con tus papás. Seguro ellos te escucharán, resolverán tus inquietudes y sabrán qué hacer para bloquear esas páginas.

VACUNA A TU MÁQUINA

No, no saques una jeringa. Al hablar de vacuna nos referimos a un programa especial que protege a tu computadora de los famosos “espías”; programas diseñados para robar información de los usuarios de internet. Recuérdales a tus papás vacunar tu computadora.

JAMÁS DES TUS DATOS

Por muy tentador que sea poner tus datos en una página web, ¡no lo hagas! Primero habla con tus papás para que revisen si se trata de un sitio seguro.

Amigos@tuyellos.com

Si tienes un perfil en una red social, como Facebook, hazlo privado, evita escribir comentarios insultantes y no aceptes a desconocidos. Recuerda que sólo puedes abrir una cuenta en una red social si eres mayor de 13 años.

OK

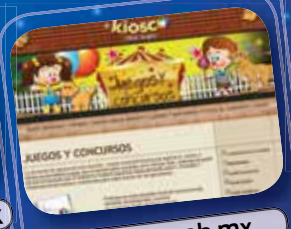
¡Seguro lo recordarás!

Recorta estas calcomanías y pégalas en tu compu, mousepad o cuadernos de computación.

Recomendaciones seguras

Éstas son algunas páginas que puedes visitar para aprender y divertirte.

cuentame.inegi.gob.mx



elkiosco.gob.mx

ajugarconunicef.org/

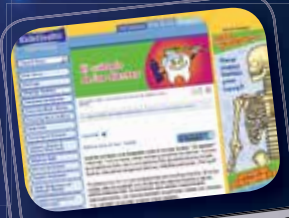

kidshealth.org/kid/en_espanol/

Gráfico: Bruno Piña

Fuente: www.clicseguro.sep.gob.mx
www.kidshealth.org/

EL TURNO DE →

Joaquín Cosío

Consumidor

Además de ser uno de los actores mexicanos mejor cotizados a nivel internacional, pocos saben que también es poeta. Amante de la alta cocina y el buen vino, se declara un "sibarita región 4". Este juarense por adopción no sólo es un gran artista, también es un asiduo consumidor de cultura; le gustan las galerías, los museos, la literatura y el buen teatro.

¿En qué gastas sin miramientos?
En comida y en ropa.

Como ciudadano fronterizo ¿dónde prefieres comprar?
Sinceramente, por mi tamaño, batallo mucho para conseguir ropa de mi talla en México. Cuando viajo a Estados Unidos, aprovecho para comprarme ropa.

¿Reparar un artículo o comprar otro?
Prefiero arreglarlos, aunque ahora los artículos tienden a ser desechables; se echan a perder muy pronto.

¿Haces compras por internet?
No, me hace falta la relación física con el objeto.

¿Cómo manejas tu crédito?
No me gusta deber, no tengo deudas de ningún tipo ni he adquirido créditos bancarios.

¿Cómo saliste de la cuesta de enero?
Victorioso porque traigo una racha interesante de trabajo... así la libré.

¿La cultura es un producto de consumo?
¡Claro! Debería de consumirse de la misma manera que una buena manzana, o un jugo de guayaba: debe ser barata, nutritiva y estar al alcance de la mano.

¿Cómo somos los mexicanos para consumir cultura?
Veleidosos. No es fácil atraer al público, aunque se estimulan proyectos y se realizan, falta el otro trecho que hace que el consumidor se entere de que existen.

¿Qué piensas del arte comercial?
Yo voy de acuerdo en que sea comercial para que las mayorías vayan. Pero que no se reduzca la complejidad asumiendo que el público va a tener un problema de comprensión. Cuando hay calidad, la gente acude, si hay promoción.

¿El cine mexicano tiene futuro?
Vivimos una época en la que el cine está respirando vigorosamente. Hay películas que han podido conseguir la dupla: buena factura y buen público.

¿Qué es un gasto inútil?
Aquello que no genera ningún tipo de beneficio ni reditúa con ningún satisfactor.

¿Qué significa para ti el consumo consciente?
El que haces sabiendo las propiedades de aquello que te venden y que la relación entre esos beneficios y el precio, es real.

Foto: Rodolfo Valtierra

Estás a cinco clics de desahogar tu queja

CONCILIANET

concilianet.profeco.gob.mx

Concilianet es la herramienta de **Profeco** para resolver, vía internet, los conflictos que tengas con los proveedores participantes con cero filas, cero espera y cero papel.

Foto Arturo Beltrán

Clic 1 Entra a concilianet.profeco.gob.mx y activa una cuenta registrando tu correo electrónico y una contraseña.

Clic 2 Escribe tus datos personales y la información que se te pide para presentar tu queja.

Clic 3 Adjunta los documentos que acreditan tu identidad y tus comprobantes de compra.

Clic 4 Recibe, en un máximo de 5 días hábiles, el correo en el que te informaremos el día y la hora de tu audiencia virtual.

Clic 5 Dialoga con el proveedor, con la intervención de Profeco, en la audiencia virtual conciliatoria para llegar a un acuerdo justo para todos.

Estos son los 31 proveedores que ya concilian en línea:

hp · AeroMexico · volaris · gasNatural · Office Depot · LG · Sanborns · REDPACK · deRemate.com · Copa Airlines · The Club

telcel · SEARS · Mixup · MaxiGas · Casas GEO · LAN · CFE · Saks Fifth Avenue · MASTV · Totalplay

Grupo Sadasi · Dorian's · mabe · Liverpool · Telecable · Hypercable · vivaaerobus · Club Integra

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
Larga distancia sin costo

Profeco

Gobierno Federal

SE

Estados Unidos Mexicanos

Registro Público para Evitar Publicidad

REgistro Público para Evitar Publicidad

LA PRIVACIDAD ES TU DERECHO

- Marca al **9628 0000** DF y zona metropolitana o **01 800 962 80 03** en el resto del país, las 24 horas, los 365 días del año.
- Si ya estás inscrito y una empresa vuelve a llamarte, denúnciala al Teléfono del Consumidor: **5568 8722** DF y zona metropolitana o **01 800 468 87 22** en el resto del país.
- Tú decides de quién quieres recibir publicidad, **Profeco** te respalda.

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
larga distancia sin costo

Profeco

Gobierno Federal

SE

Estados Unidos Mexicanos

PLATILLO *sabio*

El PSP se refiere a la posibilidad de integrar, en un solo plato, verduras, cereales, leguminosas o alimentos de origen animal que cumplan con los principios de una dieta equilibrada.

Todos los ingredientes utilizados han sido cuidadosamente cuantificados para asegurar que las preparaciones sean agradables y nutritivas, es decir, que aporten energía, proteínas, vitaminas y minerales.

Además, se usan con moderación alimentos que los expertos en nutrición recomiendan no consumir en grandes cantidades, como azúcares refinados, carne roja, sal y grasas saturadas. Aquí te enseñaremos a preparar platillos nutritivos, económicos, deliciosos, prácticos e imaginativos.

La primera receta es una alternativa rica en proteínas propias de la carne de res, cuyas cualidades nutritivas se potencian al escoger la opción "molida especial" y combinarla de una manera sencilla con una variada mezcla de verduras, las cuales te aportan abundantes proteínas y minerales.

Y para la Cuaresma que ya comienza, la segunda propuesta consiste en pescado capeado, que además de su alta contribución proteínica, a través de los verduras y la masa obtienes un gran aporte de energía. Por el proceso de "fritura profunda" logras un resultado dorado y crocante sin absorber más grasa de la recomendable. ¡Que los disfrutes!

El PSP está avalado por la nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco.

Profeco

81. PASTEL CAMPESTRE

APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN

Kilocalorías 492 * Proteínas 34 g * Grasa 28 g * Colesterol 167 mg * Fibra dietética 4 g

INGREDIENTES (6 RACIONES)

- 650 g de carne molida de res (especial)
- 2 huevos (110 g)
- 60 g de tocino cortado en cuadritos
- ¼ taza de leche (60 ml)
- 800 g de papas cocidas, peladas y hechas puré
- ¾ taza de amaranto reventado 60 g (se puede sustituir por hojuelas de avena o pan molido)
- 2 zanahorias (200 g) ralladas
- 160 g de chícharos cocidos
- 1 pimiento amarillo (110 g) cortado en cubitos
- ⅓ de cebolla (80 g) finamente picada
- 1 cucharada de perejil (10 g)
- 2 dientes de ajo picados (4 g)
- 2 cucharadas de mostaza (20 g)
- 6 cucharadas de mantequilla (60 g)
- 3 cucharadas de aceite (30 ml)
- Sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN

❶ Sofríe la cebolla junto con el pimiento y el ajo en dos cucharadas de aceite. Reserva.

❷ Mezcla la carne con la cebolla y el pimiento sofritos, el perejil picado, los chícharos, la zanahoria rallada, los huevos previamente batidos, la mostaza y el amaranto. Salpimienta.

❸ En un molde para hornear ligeramente engrasado, distribuye el tocino en el fondo y las paredes; vierte la carne molida preparada, aplanando la superficie; hornea a 250 °C durante 40 minutos aproximadamente o hasta que la superficie se vea dorada.

❹ Para preparar el puré, mezcla la papa con la mantequilla fundida y la leche, salpimienta, ¡y listo!

❺ Corta el pastel en rebanadas y sirve con el puré de papa; adorna al gusto.

RECOMENDACIONES

- Para poder incluir un poco de tocino en el pastel, te recomendamos utilizar carne molida especial debido a que su contenido de grasa es mucho más bajo que en la molida regular y, además, es más rica en proteínas.
- Si es posible, compra carne maciza en trozos y pide al carnicero que la muela delante de ti.
- Revisa la cocción del pastel introduciendo un palillo de madera, pues el tiempo de horneado puede variar de acuerdo al tamaño y capacidad de cada horno. Una vez que el palillo salga limpio, el pastel está cocido.
- Si utilizas chícharos frescos, cuécelos con todo y vaina. Posteriormente ábrelos y retira los chícharos cocidos, así conservarán mejor sus vitaminas y quedarán más verdes.

82. TROCITOS DE PESCADO Y VEGETALES ESTILO TEMPURA

APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN

Kilocalorías: 606 * Proteínas: 31 g * Grasa: 28 g * Colesterol: 192 mg * Fibra dietética: 4 g

INGREDIENTES (6 RACIONES)

- 700 g de filete grueso de pescado cortado en dados de 2 centímetros aproximadamente
- 1 plátano tabasco (160 g), no muy maduro y cortado en rodajas
- 2 calabacitas (300 g) rebanadas al sesgo
- 150 g de ejotes, despuntados y cortados al sesgo por la mitad
- 1 camote amarillo (300 g) en rodajas delgadas
- 1 zanahoria (100 g) rebanadas al sesgo
- ½ taza de aceite para freír (120 ml)

Para la pasta

- 3 huevos (separadas las claras de las yemas)
- 1 ½ taza de harina de trigo (225 g), cernida
- 1 taza de cerveza (240 ml)
- 1 pizca de sal

Para acompañar

- Salsa de soya con limón (o la preparación que tú sugieras)

PREPARACIÓN

❶ Mezcla las yemas, la harina, la sal y la cerveza hasta formar una pasta, y déjala reposar por dos horas en el refrigerador.

❷ Bate las claras a punto de turrón y revuélvelas con la preparación anterior ya refrigerada.

❸ Calienta el aceite para lograr una fritura profunda*. Uno por uno ve pasando los trocitos de pescado y vegetales por la pasta e introdúcelos en el aceite muy caliente.

❹ Cuando estén crujientes, sácalos y escúrrelos sobre papel absorbente.

❺ Sírvelos acompañados de la salsa de soya, o algún otro aderezo de tu preferencia.

RECOMENDACIONES

- Te sugerimos consumir las variedades de pescado de la temporada: cabrilla, jurel, lisa, lobina, pámpano, pargo, peto, rubia o sierra.
- Es importante que los alimentos estén bien secos antes de capearlos.

**La fritura profunda se logra al utilizar un recipiente hondo (como un wok o una freidora) con bastante aceite a temperatura muy alta, de manera que los alimentos puedan ser sumergidos en su totalidad. De esta forma la superficie del alimento sella, absorbe menos grasa y conserva la humedad y su valor nutritivo, además de que se logra un resultado crocante y con un dorado parejo.*

Fotos Armando Rodríguez. **Estilismo culinario** Nelly Gijereña

En revista del consumidor gob.mx busca la preparación de estos platillos en video a cargo del chef Edgar Núñez. @EdgarNunezM

SUSCRÍBETE HOY Y TE OBSEQUIAMOS EL LIBRO *PRIMEROS AUXILIOS PARA EL PLANETA AZUL,* UNA GUÍA DE ECOLOGÍA PARA TUS NIÑOS.*

CRÍBETE AHORA

$250

12 NÚMEROS POR EL PRECIO DE 10

*** VÁLIDO HASTA EL 16 DE MARZO. APLICA EN TODA LA REPÚBLICA.**

CORRESPONDENCIA CON PORTE POR COBRAR
SOLAMENTE SERVICIO NACIONAL

REGISTRO POSTAL
RESPUESTAS
RP09-0278
AUTORIZADO
POR SEPOMEX

No necesita estampillas
Depositar en cualquier buzón

RESPUESTAS A PROMOCIONES COMERCIALES

Revista del Consumidor

Administración Postal núm. 40, CP 06140, México, DF

Renovación de suscripción

Suscripción nueva

Llenar con letra de molde

Nombre: _____

Dirección: _____

_____

Colonia: _____

Delegación o municipio: _____

Estado: _____ **CP:** _____

Teléfono: _____

Formas de pago

Correo: envía este cupón con giro inmediato a nombre de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Fax: envía este cupón con tus datos completos y las referencias de tu tarjeta de crédito a los teléfonos **5553 0574** o **5516 6612.**

Teléfono: llama al **01 800 468 8722** lada sin costo desde cualquier otro lugar de la República, para pagos con tarjeta de crédito Visa o Mastercard.

Depósito interbancario: llama al **5516 6612** o **5212 0468**, desde el DF y zona metropolitana, o al **01 800 468 8722**, larga distancia sin costo, para solicitar línea de captura, referencia y convenio.

Multipagos: entra a pagos.profeco.gob.mx, regístrate, llena el formulario, selecciona el servicio y obtén tu suscripción.

Delegaciones: busca en la página **76** tu delegación **Profeco** más cercana, visítala y suscríbete.

Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).

Si no recibes a tiempo tu revista, escríbenos a circulacion@profeco.gob.mx o llama a nuestro departamento de suscripciones a los teléfonos: 5516 6612, 5516 6939 y 5212 0468